



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**Factores institucionales que inciden en el proceso
emprendedor de las PYMES del cantón Machala,
provincia de El Oro, desde la percepción del
empresario**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Doctora en Ciencias
Administrativas

AUTOR

Martha Cecilia AGUIRRE BENALCÁZAR

ASESOR

Niko CRUZ GONZALES

Lima, Perú

2016



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Aguirre, M. (2016). *Factores institucionales que inciden en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro, desde la percepción del empresario*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

1311



**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 012-UPG-FCA-2016 PARA
OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS**



ADMINISTRATIVAS

8/e)
180

En la Ciudad Universitaria, a los veintiséis días del mes de setiembre del año dos mil dieciséis, siendo las once horas, en el aula 401 de la sede de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA**, e integrado por los miembros: **DR. NIKO CRUZ GONZALES (Asesor)**, **DRA. ELIZABETH CANALES AYBAR (Miembro)**, **DR. LEONI VICENTE SILVA ROJAS (Miembro)** y **DR. AUGUSTO HIDALGO SÁNCHEZ (Miembro)**; la postulante al Grado Académico de Doctora en Ciencias Administrativas, doña **MARTHA CECILIA AGUIRRE BENALCÁZAR**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **"FACTORES INSTITUCIONALES QUE INCIDEN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LAS PYMES DEL CANTÓN MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO, DESDE LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO"**, con el propósito de optar el Grado Académico de Doctora en Ciencias Administrativas.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado de Doctora en Ciencias Administrativas, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

Buena (17)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas OTORGAR el Grado Académico de Doctora en Ciencias Administrativas, doña **MARTHA CECILIA AGUIRRE BENALCÁZAR**. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:25 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.


DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA
PRESIDENTE


DR. NIKO CRUZ GONZALES
ASESOR


DRA. ELIZABETH CANALES AYBAR
MIEMBRO


DR. LEONI VICENTE SILVA ROJAS
MIEMBRO


DR. AUGUSTO HIDALGO SÁNCHEZ
MIEMBRO

DEDICATORIA

***A mi esposo Segundo y a mis hijos Paúl y Pablo;
a mis padres, Segundo y Germania,
por el amor y comprensión que me han brindado
para alcanzar mis metas.***

AGRADECIMIENTO

*A Dios, porque es mi fortaleza y me da la sabiduría,
la paz y el gozo para vivir.*

*A mis profesores del Programa de Doctorado en Ciencias
Administrativas de la Unidad de Posgrado de la
Universidad Nacional Mayor de San Marcos,
por brindarme sus conocimientos científicos con profesionalismo y
esmero, de manera especial a la Dra. Elizabeth Canales y al Dr. Javier
Rojas por sus sabias orientaciones.*

*A mis compañeros que compartieron momentos de alegría y de
dificultades en las aulas de clases y la estadía en la ciudad de Lima.*

Índice general

<i>DEDICATORIA</i>	II
<i>AGRADECIMIENTO</i>	III
Resumen	XIII
Abstract	XV
CAPITULO I.....	- 1 -
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
1.1. Situación Problemática	- 2 -
1.1.1. Las PYMES en el contexto mundial	- 3 -
1.1.2. Las PYMES en el Ecuador	- 5 -
1.2. Formulación del Problema.	- 10 -
1.3. Justificación teórica.	- 11 -
1.4. Justificación práctica.....	- 12 -
1.5. Objetivos.....	- 15 -
1.5.1. Objetivo General	- 15 -
1.5.2. Objetivos Específicos	- 15 -
CAPITULO II.....	- 16 -
MARCO TEÓRICO	- 16 -
2.1. Marco Filosófico o Epistemológico de la investigación.....	- 16 -
2.1.1. Origen del término emprendimiento.	- 19 -
2.1.2. El empresario y el emprendedor.....	- 20 -
2.1.3. Origen de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES ...	- 22 -
2.2. Antecedentes de investigación	- 22 -
2.2.1. Tesis	- 23 -
2.2.2. Trabajos de investigación.....	- 43 -
2.3. Bases Teóricas	- 51 -

2.3.1. El Proceso Emprendedor	- 51 -
2.3.2. Instituciones y organizaciones: desarrollo organizacional y desarrollo institucional.	- 55 -
2.4. Marco conceptual o Glosario.	- 60 -
CAPITULO III.....	- 63 -
METODOLOGIA.....	- 63 -
3.1. Tipo de investigación.	- 68 -
3.1.1. Según el enfoque	- 68 -
3.1.2. Según los objetivos	- 69 -
3.1.3. Según el nivel de profundidad	- 69 -
3.2. Diseño de la investigación.	- 69 -
3.3. Unidad de análisis.	- 71 -
3.4. Población de estudio	- 71 -
3.5. Tamaño de la muestra	- 72 -
3.6. Tipo de muestra.....	- 73 -
3.7. Tamaño y distribución de la muestra	- 73 -
3.8. Selección de muestra.	- 74 -
3.9. Técnicas de recolección de datos	- 74 -
3.10. Análisis de los datos	- 76 -
3.11. Secuencia operativa de la investigación.	- 76 -
CAPITULO IV	- 78 -
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	- 78 -
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	- 78 -
4.1.1. Resultados de la encuesta	- 78 -
4.2. Pruebas de hipótesis.	- 111 -
4.3. Presentación de resultados	- 125 -
CAPITULO V.	- 145 -

PROPUESTA	- 145 -
5.1. Título de la Propuesta.....	- 145 -
5.1.1. Antecedentes.	- 145 -
5.1.2. Marco filosófico.	- 147 -
5.1.3. Objetivo General:	- 149 -
5.1.4. Descripción de la Propuesta.....	- 149 -
CONCLUSIONES	- 158 -
RECOMENDACIONES.....	- 161 -
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	- 162 -

Lista de tablas

<i>Tabla 1.</i> Las miPYMES y su participación a la generación de empleo formal y su contribución al PBI en 10 países de América Latina	- 5 -
<i>Tabla 2.</i> PYMES del cantón Machala, según parroquias	- 9 -
<i>Tabla 3.</i> Distribución muestral de PYMES por parroquias	- 74 -
<i>Tabla 4.</i> Formato de validación de la encuesta por expertos	- 75 -
<i>Tabla 5.</i> Frecuencias de edades por categoría	- 79 -
<i>Tabla 6.</i> Frecuencia de clasificación por género	- 81 -
<i>Tabla 7.</i> Nivel de instrucción	- 83 -
<i>Tabla 8.</i> ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa?	- 84 -
<i>Tabla 9.</i> ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa?	- 85 -
<i>Tabla 10.</i> ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa?	- 86 -
<i>Tabla 11.</i> ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa?	- 87 -
<i>Tabla 12.</i> ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa?	- 88 -
<i>Tabla 13.</i> ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa?	- 89 -
<i>Tabla 14.</i> ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa?	- 90 -
<i>Tabla 15.</i> ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	- 91 -
<i>Tabla 16.</i> ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	- 92 -
<i>Tabla 17.</i> ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	- 93 -
<i>Tabla 18.</i> ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	- 94 -
<i>Tabla 19.</i> ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	- 95 -

<i>Tabla 20.</i> ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?.....	- 96 -
<i>Tabla 21.</i> ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?.....	- 97 -
<i>Tabla 22.</i> ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?.....	- 98 -
<i>Tabla 23.</i> ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?.....	- 99 -
<i>Tabla 24.</i> ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa? -	100 -
<i>Tabla 25.</i> ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?.....	- 101 -
<i>Tabla 26.</i> ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	- 102 -
<i>Tabla 27.</i> ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	- 103 -
<i>Tabla 28.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 1 ...	- 105 -
<i>Tabla 29.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 2 ...	- 106 -
<i>Tabla 30.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 3 ...	- 107 -
<i>Tabla 31.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 4 ...	- 108 -
<i>Tabla 32.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 5 ...	- 109 -
<i>Tabla 33.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 6 (visiones positivas)	- 110 -
<i>Tabla 34.</i> Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 6 (visiones negativas y neutras)	- 111 -
<i>Tabla 35.</i> Resumen del procesamiento de casos realizado en IBM SPSS Statistics 23 versión de prueba.	- 112 -
<i>Tabla 36.</i> - Algunos estadísticos descriptivos de los ítems evaluados. ..	- 113 -

<i>Tabla 37.- Estadísticos descriptivos de los ítems evaluados, ordenados según su relevancia.</i>	<i>- 114 -</i>
<i>Tabla 38.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Leyes (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).</i>	<i>- 118 -</i>
<i>Tabla 39.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Políticas públicas (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).</i>	<i>- 119 -</i>
<i>Tabla 40.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Instituciones de promoción y fomento (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 120 -</i>
<i>Tabla 41.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Actitud emprendedora (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 121 -</i>
<i>Tabla 42: Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Formación (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 122 -</i>
<i>Tabla 43: Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Años de experiencia (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 123 -</i>
<i>Tabla 44. Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Situación económica (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 124 -</i>
<i>Tabla 45. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Leyes (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 125 -</i>
<i>Tabla 46. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Políticas públicas (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 127 -</i>
<i>Tabla 47. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Instituciones de promoción y fomento (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	<i>- 129 -</i>

Tabla 48. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Actitud emprendedora (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*	- 132 -
<i>Tabla 49. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Formación (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	- 136 -
<i>Tabla 50. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Años de experiencia (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*</i>	- 138 -
Tabla 51. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Situación económica (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*	- 141 -
<i>Tabla 52. Factores de mayor influencia en el proceso emprendedor</i>	- 150 -

Lista de gráficas

Gráfica 1. PYMES del cantón Machala por parroquias	- 9 -
Gráfica 2. Frecuencias de edades por categoría	- 80 -
Gráfica 3. Clasificación por género	- 82 -
Gráfica 4. Nivel de instrucción	- 83 -
Gráfica 5. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa?	- 84 -
Gráfica 6. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa?	- 85 -
Gráfica 7. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa?	- 86 -
Gráfica 8. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa?	- 87 -
Gráfica 9. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa?	- 88 -
Gráfica 10. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa?	- 89 -
Gráfica 11. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa?	- 90 -
Gráfica 12. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	- 91 -
Gráfica 13. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	- 92 -
Gráfica 14. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	- 93 -
Gráfica 15. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	- 94 -
Gráfica 16. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	- 95 -
Gráfica 17. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	- 96 -
Gráfica 18. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	- 97 -

Gráfica 19. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	- 98 -
Gráfica 20. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	- 99 -
Gráfica 21. . ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	- 100 -
Gráfica 22. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	- 101 -
Gráfica 23. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	- 102 -
Gráfica 24. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	- 103 -

Resumen

La presente tesis doctoral desarrolló el tema de investigación “**FACTORES INSTITUCIONALES QUE INCIDEN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LAS PYMES DEL CANTÓN MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO, DESDE LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO.**”, donde describe y explica la relación que existe entre las variables Factores Institucionales y Proceso Emprendedor en un tipo de investigación básica, diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional, donde se determina el grado de influencia entre dichas variables.

La metodología aplicada en la presente investigación es exploratoria, descriptiva e inferencial, aplicando una estrategia de investigación mixta, es decir, con técnicas cualitativas y cuantitativas para encontrar información relevante al proceso investigativo.

El número total de encuestas se calculó según la fórmula correspondiente a este tipo de muestreo sobre la población total, de forma proporcional a los estratos fijados y con unos niveles de variabilidad válida para el 95% de nivel de confianza. De esta manera, el tamaño de muestra estimado fue de 366 encuestas aplicadas en el cantón Machala.

En la Prueba estadística de Correlación se aprecia que para los factores de mayor relevancia el Valor p es significativo al nivel 0,01 con lo cual se afirma con un 99% de certeza que los factores institucionales influyen en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala.

Y de hecho se constata que existe una correlación significativa entre los factores institucionales y el proceso emprendedor en diferentes dimensiones. Y los factores más relevantes a intervenir en la propuesta son: Actitud emprendedora, inversión inicial, demanda y motivación, por cuanto se comprobó que tienen mayor influencia en el proceso emprendedor.

Palabras Clave: Factores Institucionales formales e informales, Proceso emprendedor, PYMES, actitud emprendedora, motivación, demanda, inversión inicial.

Abstract

This doctoral thesis developed the research topic **“INSTITUTIONAL FACTORS THAT HAVE AN IMPACT ON THE ENTREPRENEURIAL PROCESS OF THE PYMES FROM THE CANTON MACHALA, EL ORO PROVINCE FROM THE VIEW OF THE ENTREPRENEUR.”**, which describes and explains the relationship between the institutional factors and the entrepreneurial process in a type of basic research, non-experimental design and a correlational descriptive level, where the degree of influence between these variables is determined.

The methodology used in this research was exploratory, descriptive and inferential, a strategy of mixed research was applied, which means that qualitative and quantitative techniques were used to find relevant information for the investigation process.

The total number of surveys was calculated according to the formula used for this type of sampling over the entire population, in proportion to the strata set with levels of valid variability of the 95% of confidence level. Thus, the estimated sample size was 366 surveys conducted in the canton Machala.

In the statistical correlation test, it was seen that for the most important factors the P value is significant at the 0.01 level, which states a 99% of certainty about the influence of the institutional factors in the entrepreneurial process of the PYMES from the canton Machala.

In fact, it was confirmed that there is significant correlation between the institutional factors and the entrepreneurial process in different dimensions. And the most relevant factors to be analyzed in the proposal are: entrepreneurial attitude, initial investment, demand and motivation, because they have the most impact on the entrepreneurial process.

Keywords: Formal and informal institutional factors, entrepreneurial process, PYMES, Entrepreneurial attitude, motivation, demand, initial investment.

Resumo

Esta presente Tese de Doutorado desenvolveu o tema investigativo **"FATORES INSTITUCIONAIS QUE AFETAM NO PROCESSO DO EMPREENDEDOR DAS PYMES DA CIDADE DE MACHALA, ESTADO EL OURO, DESDE A PERCEPCAO DO EMPREENDEDOR.** ", Que descreve e explica a relação entre as variáveis de fatores institucional e o Processo empreendedor em uma espécie de pesquisa básica, desenho nao experimental e de nivel descritivo correlacional, onde o grau de influência destas variáveis é determinado.

A metodologia aplicada no processo investigativo é exploratória, descritiva e inferencial, aplicando uma estratégia mista. Sendo assim, metodos qualitativos e quantitativos para encontrar informações relevantes sobre o assunto.

O número total de enquetes foram calculados segundo a formula correspondente a esse tipo de amostragem sobre a populacao total, de forma proporcional a aos extratos fixados e com niveis de variacoes de 95% acertivos.

Na prova estatisticas de correlacao, verificamos que para os fatores de maxima relevancia o valor significativo no nivel 0.01, afirmamos com 99% de certeza que os fatores institucionais influenciam no processo empreendedor das PYMES da cidade de Machala. Sendo assim o tamanho demonstra que foi 366 enquetes aplicadas na Cidade de Machala.

E, de fato, verifica-se que há uma correlação significativa entre os fatores institucionais e o processo empreendedor em diferentes dimensões. E os fatores mais relevantes interpõem na proposta são: atitude empreendedora,

investimento inicial, a demanda e motivação, pois verificou-se que mais influenciam o processo empreendedor.

Palavras-chave: fatores institucionais formais e informais, processo empreendedor, PYMES, Atitude empreendedora, motivação, demanda, investimento inicial.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el fomento al emprendimiento se ha convertido en una acción de política pública, en los países europeos se estimula la actividad emprendedora desde el sistema educativo, con programas en los entes públicos y privados con miras a la creación de nuevas firmas o a la innovación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) ya existentes.

En América Latina y El Caribe el tema emprendimiento no es nuevo, Argentina, Chile, Colombia entre otros, evidencia un mayúsculo interés, que incluso han elaborado un marco legal exclusivamente para el fenómeno emprendimiento, como es el caso de Colombia. Argentina es uno de los países que apuesta a liderar en los emprendimientos dinámicos en áreas tecnológicas. Ecuador no es la excepción, el actual gobierno ha establecido programas a todo nivel para formar, capacitar y motivar a la juventud para que genere ideas de negocios que a futuro serán provistos de recursos económicos para que se realice la inversión inicial, factor que en muchas ocasiones o casi siempre detiene el espíritu emprendedor.

En la presente investigación se busca determinar la incidencia de los factores institucionales formales e informales en el proceso emprendedor que han venido desarrollando las PYMES del cantón Machala de la provincia de El Oro, identificar cuáles son los factores de mayor influencia en la actividad comercial. Para dicho proceso investigativo se aplicaron 366 encuestas a los empresarios de las pequeñas y medianas empresas del cantón Machala con

todas sus parroquias y se complementó con una entrevista de opinión que se les aplicó a informantes clave.

Los resultados que se obtuvo están relacionados a los factores de mayor influencia en cada una de las fases del proceso emprendedor, que son las siguientes: Actitud emprendedora, Motivación, Inversión inicial y Demanda.

El presente capítulo está estructurado por cinco segmentos: el primero corresponde a lo relacionado con el problema de investigación, en el que se analiza el proceso emprendedor de las PYMES en un recorrido a nivel mundial, latinoamericano, nacional, provincial y cantonal; que intenta explorar los factores que han incidido en cada una de sus fases, desde la gestación, pasando por la puesta en marcha hasta alcanzar el desarrollo o crecimiento.

Luego se procede, en este segundo segmento, a la formulación de los problemas: principal y secundarios, planteados con indagaciones expresas que inducen a la búsqueda de respuestas contundentes en el proceso de investigación. En seguida, se aborda la justificación desde la perspectiva teórica y práctica, en base a una descripción fundamentada en información bibliográfica y de la realidad objetiva. Se culmina este capítulo con el planteamiento de objetivos tanto general como específicos, mismos que serán las directrices que orienten la presente investigación.

1.1. Situación Problemática

Estudiar la dinámica de los emprendimientos o creación de pequeñas y medianas empresas se ha convertido en un tema de interés desde la academia, también desde las instituciones gubernamentales y sobre todo desde la sociedad misma, específicamente de quienes conforman la

Población Económicamente Activa (PEA), de donde se desprenden diferentes grupos sociales como por ejemplo los migrantes retornados, que por sus múltiples necesidades requieren incursionar en alguna actividad productiva que les genere algún tipo de ingresos para el sustento familiar.

Esta temática, precisa una delimitación muy cuidadosa sobre las condiciones en que se han creado, es decir desde su nacimiento, su desarrollo o desaparición hasta su crecimiento; así como también la vasta gama de emprendimientos existentes, cuya diversidad no sólo atañe al tamaño de las unidades económicas, sino también a la diversidad de los mismos, su ubicación en los diferentes sectores productivos.

Luego de una revisión exhaustiva y sistemática de los trabajos científicos que se han realizado a nivel de país y también en el exterior, dan cuenta que existen factores impulsores y retardadores en la creación, desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos, cuya identificación permite advertir a los tomadores de decisiones sobre las estrategias de apoyo que deben incluir las políticas públicas de sustento estatal al desarrollo empresarial; los determinantes de la sostenibilidad de algunos emprendimientos para aprender de ellos, y los determinantes de los fracasos, también para aprender a evitarlos.

1.1.1. Las PYMES en el contexto mundial

Las pequeñas y medianas empresas también llamadas en el entorno mundial “PYMES”, son consideradas como una de las fuentes generadoras de empleo más grande a nivel internacional, lo que contribuye al desarrollo económico de los países. Según una encuesta aplicada por Meghana Ayyagari (2011) a “49.370 empresas en 104 países durante el período 2006-2010” (pág. 2), se evidenció que las actividades económicas en los países en desarrollo dependen en su mayoría de los negocios informales; sin embargo, el verdadero desarrollo de la economía depende de las empresas pequeñas y

medianas formalmente constituidas, debido a que contribuyen con la generación de empleo (la media 47,94%) y es comparable con las grandes empresas (la media 52.06%).

Es oportuno indicar también, que las empresas con menos de 20 empleados y con menor antigüedad de 5 años, tienen a un mayor crecimiento tanto en fuentes de empleo como en ventas, contribuyendo a un incremento en la tasa de productividad. Según coinciden los recientes estudios de organismos como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), las PYMES en América Latina constituyen entre las 90% y 98% de las unidades productivas, generan alrededor del 63% del empleo y participan con el 35% y hasta un 40% del PIB de la región. (Pavón , 2010).

Valdés Díaz de Villegas & Sánchez Soto (2012) expresa que en la Unión Europea el 99% de las empresas son miPYMES, seguido por Sudáfrica con 91% de organizaciones (Quartey, 2015) e India con un 45% a 50% del total de las empresas residentes, aunque tiene tendencia a alcanzar un 80% en los próximos 4 o 5 años (Ghatak, 2010).

En Latinoamérica Paraguay es el país con mayor participación de las Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMES) dentro del empleo formal con un 77%, presidido por México con un 75% lo que contribuye en el 62% del Producto Interno Bruto (PIB) de este país. Mientras tanto Venezuela es la nación en la que las MiPYMES tienen menos participación en la generación de empleos formales, según indica el cuadro que a continuación se detalla:

Tabla 1. Las MIPYMES y su participación a la generación de empleo formal y su contribución al PBI en 10 países de América Latina

PAÍSES DE AMÉRICA LATINA	PARTICIPACIÓN EN EL EMPLEO	CONTRIBUCIÓN AL PBI
ARGENTINA	70,2%	53,7%
BRASIL	59,8%	34,3%
CHILE	63,0%	20,4%
COLOMBIA	67,2%	38,7%
ECUADOR	55,0%	20,0%
MÉXICO	75%	62,0%
PARAGUAY	77,0%	-
PERÚ	67,9%	55,5%
URUGUAY	68,5%	-
VENEZUELA	38,1%	-

Fuente. Datos tomados de Cohen y Baralla (2012)

Cabe indicar que, estas empresas para su funcionamiento dependen en su mayoría de financiamiento otorgado por el sistema financiero vigente en cada país; y es Chile el que más otorga créditos a las pequeñas empresas, con un 72,5 %, y el que menos facilita es Venezuela con un 25,6%, nuestro Ecuador se aproxima a la media con un 43,5%. En cambio, para las medianas y grandes empresas prevalece Perú con un 85% y 92,7% respectivamente; México por su parte aparece con el menor porcentaje de los países latinoamericanos con 36,7% para las medianas y 54,0% para las grandes. Para el caso ecuatoriano aparece en el penúltimo lugar con el 51,8% para las medianas, y con un 77,8% para las grandes ubicándose cerca de la media del conjunto de 10 países estudiados. (Cohen y Baralla, 2012).

1.1.2. Las PYMES en el Ecuador

Las PYMES, de acuerdo al Servicio de Rentas Internas (SRI) constituyen un conjunto de pequeñas y medianas empresas que cumplen algunas características relacionadas al volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos, que se involucran en las

diferentes actividades, que según el Clasificador Internacional Industrial Único (CIIU), son las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Así mismo, la Superintendencia de Compañías de Ecuador define a las PYMES como personas jurídicas que cumplen con las siguientes características: a) Activos totales inferiores a cuatro millones de dólares; b) Registren un valor bruto de ventas anuales inferior a cinco millones de dólares; y, c) Tengan menos de 200 trabajadores (personal ocupado).

Otra característica que se evidencia en las miPYMES es que el 89,5% son organizaciones que no poseen personería jurídica, se registran como personas naturales que ejercen una actividad productiva, y apenas un 10,5% son empresas que se han legalizado como personas jurídicas y que lógicamente corresponde a las medianas.

La actividad de las PYMES es muy relevante en la economía ecuatoriana, y su importancia radica por la masiva provisión de fuentes de trabajo, representando la base fundamental en el tejido social. Estas empresas tienen características específicas que las rigen los agentes de control, como el SRI, la Superintendencia de Compañías, Seguro Social, Banco Central, Ministerio de Relaciones Laborales, entre otros.

Las PYMES son entes independientes cuya actividad predominante se ubica en el ámbito comercial, prácticamente excluidas del sector industrial por obvias razones de bajo nivel de inversión y escaso número de personal que poseen.

Estas pequeñas y medianas empresas operativamente se ponen a funcionar de manera informal por su compleja tramitología para la legalización, pero que al final todo terminan legalizándose por las exigencias de los organismos de control indicados en líneas anteriores.

Son unidades productivas que no desarrollan un adecuado proceso administrativo, que esta actividad está a cargo del propietario, una sola persona que por sus múltiples tareas que desarrolla en la empresa y por su limitada capacitación para llevar a cabo esta función, lo hace de manera empírica y muchas veces deficiente.

Refiriéndonos entonces al Empresario que Cantillon Richard (2005) define como la persona que está en capacidad de asumir riesgo y la responsabilidad, de poner a funcionar un negocio, decidida a cumplir sus utopías posibles.

Para José Rosero, director ejecutivo del INEC, explicó que el 89,6% de las empresas contempladas en esta versión son microempresas, el 8,2% pequeñas, el 1,7% medianas y el 0,5% grandes empresas. De acuerdo al sector económico, los sectores más predominantes son comercio con el 39% seguido por servicios con el 38,4%.

Pabel Muñoz, secretario nacional de Planificación y Desarrollo, destacó la importancia estratégica de los datos obtenidos: "Hay un crecimiento importante del número de empresas y de ventas en el país, así como de las personas que en actividad económica se afilian a la seguridad social". Al respecto, agregó que el Ecuador es un país de micro y pequeñas empresas, en donde los motores del crecimiento mostrado en el tejido empresarial están en Quito y Guayaquil. "Quito ya no solo tiene esta referencia de capital política, sino de una capital económica importante" (Inec, 2014) .

En Ecuador, al igual que en otros países latinoamericanos como Colombia y Perú, según la Revista Perspectivas 2014 las PYMES se concentran en sus ciudades capitales o las más grandes, y corresponde al 48% para Quito y el 37% para Guayaquil como puerto principal; y, la provincia de El Oro con un mínimo 3%.

El estudio de los emprendimientos, en Ecuador, es una línea de investigación relativamente nueva, es la ESPAE (Graduate School of Management) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, que incluye los resultados del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2008, 2010), que se preocupa

de analizar la actividad emprendedora temprana, lo que significa que abarca la actividad de una población que recién arranca su negocio hasta los tres años y medio, es decir que no es un estudio sobre grandes empresas, cuyos resultados demuestran que el emprendimiento crece en un 5.5% pero que no ha sido capaz de generar empleo suficiente, donde la mayor motivación que tienen los emprendedores es de mejorar sus ingresos; además el estudio hace referencia a la supremacía del emprendimiento por necesidad sobre el de oportunidad, por cuanto la falta de tener un empleo seguro, mucha gente instala su negocio y a muy pocos les va bien, lo que va acompañado de un bajo nivel escolar; no así el emprendimiento por oportunidad donde se agrupa una población que tiene un grado escolar universitario y profesional, característica que es ventajosa para darle sostenibilidad a su empresa.

Además en esta investigación se revela una falta de apoyo institucional, sobre todo en el factor financiero para grandes emprendimientos, que se ha convertido, en muchos casos, el fundamental a la hora de iniciar su negocio, lo que ha provocado que muchos se queden en el camino, únicamente con buenas intenciones. No así para el caso de micro y pequeños emprendimientos, los que sí han tenido apoyo del sistema financiero tanto de la banca pública como privada para la puesta en marcha, pero que por diferentes circunstancias muchos de éstos han desaparecido, y unos pocos tratan de subsistir.

En el cantón Machala, provincia de El Oro, estudiar la dinámica de los emprendimientos no sólo es una necesidad, sino, un compromiso que debe asumir una docente universitaria con la colectividad, para apoyar con investigación pertinente a enfrentar de mejor manera la crisis económica, que en nuestros territorios está directamente relacionada con la producción de banano, cacao, camarón, que afecta a cientos de miles de familias que dependen de estas actividades productivas.

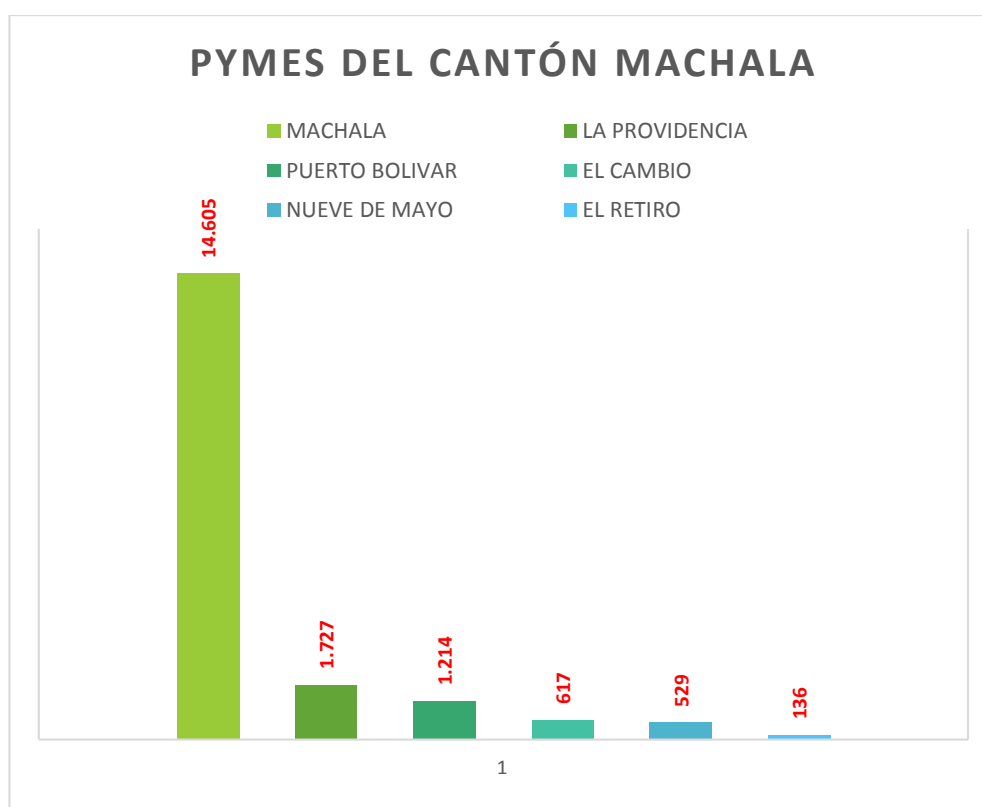
En esta provincia, en las dos últimas décadas, se han venido creando pequeñas y medianas empresas que, básicamente y en su gran mayoría pertenecen al sector comercio al por mayor y por menor, en mínima

proporción se ubican las de los sectores de fabricación de prendas de vestir y de producción de alimentos y bebidas; que aparentemente han nacido exitosas, incluso con capitales propios, pero que muchas de éstas se han ido debilitando hasta desaparecer, en algunos casos; otras en cambio que se mantienen, pero en condiciones estables, es decir sin indicadores de crecimiento, lo que amerita una profunda investigación sobre qué factores son los que están incidiendo en el proceso emprendedor de las PYMES en esta localidad de la provincia de El Oro.

Tabla 2. PYMES del cantón Machala, según parroquias

Parroquias	PYMES
Machala	14.605
La Providencia	1.727
Puerto Bolivar	1.214
El Cambio	617
Nueve de Mayo	529
El Retiro	136
Total	18.828

Fuente. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas (2015)



Gráfica 1. PYMES del cantón Machala por parroquias

En el cantón Machala predomina el 65,2% de las PYMES dedicadas al Comercio al por menor y le sigue en importancia el 19,3% que recae en el Comercio al por mayor, siendo las demás actividades de poca significación, en definitiva es el sector comercio el que aporta mayoritariamente (84,58%) en la dinámica económica de este territorio machaleño.

1.2. Formulación del Problema.

Como se ha manifestado en líneas anteriores, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el cantón Machala han tenido que enfrentar muchas dificultades desde su creación, su puesta en marcha y en su débil crecimiento, por lo que amerita que se investigue rigurosamente esta temática que está incidiendo negativamente en la dinámica de la economía oreense y que finalmente repercute en el sistema productivo ecuatoriano. En este contexto, el estudio que se está planteando responde a los siguientes interrogantes:

Problema General

¿Cuál es la relación de los factores institucionales y el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro?

Problemas Específicos

- ¿En qué nivel los factores formales fomentan el proceso emprendedor de las PYMES de Machala?
- ¿Cómo los factores informales inciden en el proceso emprendedor de las PYMES de Machala?

1.3. Justificación teórica.

El tema de emprendimiento, aparte de ser apasionante, es multi e interdisciplinario porque involucra diferentes campos de las ciencias sociales, como administración, marketing, finanzas, psicología, sociología, economía, entre otras, mismas que se interrelacionan y a la vez se complementan para hacer de esta actividad productiva un proceso dinámico, como efecto multiplicador en el desarrollo económico de un territorio.

Sin duda alguna se ha llegado a demostrar que el emprendimiento es positivo, en primer lugar porque genera el crecimiento económico y regional; en segundo lugar, la innovación y la renovación productiva y, en tercer término, la creación y aumento del empleo. Es así que determinar los factores institucionales formales e informales que inciden en las pequeñas y medianas empresas, desde la percepción del empresario del cantón Machala, provincia de El Oro, visto desde un proceso de creación de empresas, se convierte en motivo y justificación para esta investigación.

En los últimos años se ha prestado atención y ayuda, a través de la implementación de políticas públicas al tema de emprendimiento, aunque en Ecuador y específicamente en la provincia de El Oro, una de las razones de por qué los programas y proyectos no son tan efectivos, es que es mínima la información existente que explique los factores determinantes que contribuyen o que detienen el proceso emprendedor.

Se considera que con esta investigación y mediante políticas de apoyo coherente, es posible influir en dichos factores. Desde cualquier nivel de gobierno se puede intervenir y manipular directa o indirectamente; es decir, desde una perspectiva regulatoria, el gobierno puede propiciar directamente el emprendimiento a través de leyes, reglamentos o políticas que faciliten la creación de empresas y eliminen obstáculos para las mismas. Y por otro lado indirectamente a través de políticas apuntadas a influenciar los factores que determinen el emprendimiento.

La mayor justificación del estudio de entrepreneurship es sustentar y definir dimensiones relevantes del objeto de estudio que deriven posteriormente en políticas de apoyo. Otro punto que motiva este estudio es que el tema de empresarialidad ha asumido algunas de las características de un legítimo campo académico. Numerosos cursos y seminarios están ahora disponibles y las investigaciones toman fuerza en muchas universidades a nivel mundial. Este campo emergente del estudio se ha localizado en colegios de economía, administración y gestión. Aunque no se pretende subestimar lo que se ha logrado hasta ahora, es un anhelo de construir un campo de estudio que no sea solamente transitorio y popular, sino algo consistente, continuo y que aproveche todo su potencial.

En la provincia de El Oro muy poco se ha investigado sobre el tema hasta el momento; por lo que el desarrollo de esta tesis servirá como un aporte al conocimiento de diversos actores: académicos, empresarios e interesados en general, o como fuente de información primaria para los encargados de tomar decisiones políticas.

1.4. Justificación práctica.

Estimular las capacidades competitivas en los diferentes países del mundo, se presenta en la actualidad como una de las líneas prioritarias de los gobernantes, ante esta situación las regiones se han visto en la necesidad de fomentar el dinamismo económico productivo, que ha tenido como base la creatividad de hombres y mujeres denominados emprendedores, quienes con sus ideas innovadoras crean e implementan nuevas empresas, generando significativos efectos multiplicadores en la economía, la sociedad y la gestión del ambiente.

Esta propuesta de investigación es una respuesta a la crítica realidad socioeconómica que enfrenta el Ecuador, particularmente el cantón Machala, provincia de El Oro.

La preocupante situación de muchos emprendimientos productivos que nacen aparentemente exitosos pero que no logran enfrentar los embates de la competencia y la gestión moderna de los negocios.

Es preciso analizar el impacto de las políticas públicas en la gestación, puesta en marcha y desarrollo inicial de las PYMES y nuevos emprendimientos productivos; la necesidad de generar nuevo conocimiento tanto para la docencia, la investigación y la planificación productiva y financiera (toma de decisiones); las alianzas estratégicas que se establecerán para realizar este estudio como las que se formarán para la fase de implementación de procesos de mejora para el apoyo a emprendimientos productivos, por citar los principales impactos.

El presente estudio de los factores institucionales y su relación con el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro, servirá para identificar las diversas circunstancias que atraviesan desde la gestación, la puesta en marcha hasta su crecimiento inicial en los primeros años de funcionamiento, para que las diferentes instituciones implementen políticas adecuadas que permitan fomentar la actividad empresarial como base para el desarrollo económico productivo de la localidad.

Su relevancia social radica en los beneficios que de alguna manera recibirán los pequeños y medianos empresarios, a través de organismos públicos y privados, con el conocimiento de las dificultades que soportan a la hora de involucrarse en la actividad empresarial, que seguramente servirá para la implementación de políticas adecuadas para la planificación y ejecución de programas y proyectos que coadyuven a mejorar las condiciones de trabajo de esta población.

Lógicamente, por lo antes mencionado, los resultados que se obtengan de este estudio se beneficiarán también los directivos o funcionarios encargados de ejecutar acciones en el marco del proyecto político de gobierno en busca del buen vivir de su población.

Por otro lado, en el ámbito social, no hay que olvidar que la creación de empresas generará más fuentes de trabajo, obviamente una política de fomento de la creación de empresas tiene impacto positivo en la generación de empleo.

Con la investigación de esta problemática, se podrá complementar otros estudios realizados en diferentes realidades, como lo propuesto en (Genescà, Urbano, Capelleras, , Guallarte, & Vergés, 2003) Manual Economía, Creación de empresas Entrepreneurship, Homenaje al profesor José María Veciana Vergés, en las últimas décadas, han planteado que el desarrollo económico y por ende la creación de nuevas empresas depende no sólo de factores tangibles (económicos) como la inversión en infraestructura y la inversión empresarial, sino también de factores intangibles (socioculturales), especialmente la estructura institucional subyacente, como por ejemplo los valores, los hábitos y el capital social.

Por otro lado, se considera a las PYMES del cantón Machala del sector comercial que es mayoritario y por parroquias, es decir, que es interesante conocer los factores que están incidiendo en la dinámica emprendedora en función de las acciones desarrolladas tanto por factores externos como por los propios de los empresarios.

El desarrollo de este trabajo de investigación, es factible ejecutarlo, por cuanto se ha obtenido una base de datos de 18.828 pequeñas y medianas empresas existentes en el cantón Machala, proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (SRI) del año 2015, la misma que ha sido verificada para utilizarla como población de estudio y realizar la distribución muestral por parroquias.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Identificar los principales factores institucionales y su relación en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar en qué nivel los factores formales influyen en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro.
- Analizar de qué manera los factores informales inciden en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro.

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o Epistemológico de la investigación

En esta parte de la presente investigación se considera necesario iniciar con la definición de epistemología, es así que (Bunge, 2002) afirma que:

“La epistemología, o filosofía de la ciencia, es la rama de la filosofía que estudia la investigación científica y su producto, el conocimiento científico. Mera hoja del árbol de la filosofía hace un siglo, la epistemología es hoy una rama importante del mismo.” (pág. 21).

Se abstrae de esta definición, que la preocupación recae en el estudio de la producción del conocimiento científico, entonces para hablar de epistemología o hacer epistemología, demanda de un estudio profundo desde las diferentes tendencias de su desarrollo histórico, para evitar confusiones entre autores, propuestas y la diversidad de direcciones hacia las cuales se orienta el talento humano por entender el fenómeno de la ciencia (Padrón, 2007), por lo tanto, si se quiere alcanzar una idea adecuada de la sociedad moderna, es necesario estudiar el mecanismo cómo se obtiene la producción científica, así como la naturaleza de sus productos.

En este sentido, se distinguen dos tipos de conocimientos: el conocimiento del sentido común o conocimiento empírico, en el que la actividad cognitiva se realiza por todos los seres humanos que participan en la praxis social, es decir suele tener carácter espontáneo: el científico se realiza con sujeción a fines determinados por la propia ciencia o por la necesidad de solucionar los problemas que plantea el desarrollo social y económico (Bueno Sánchez, 2003).

Es menester entonces preocuparnos de lo que se ha propuesto respecto a la construcción del conocimiento, Karl Popper plantea que una teoría declina o pierde su cientificidad, por una refutación lógica con un hecho observado que la niega falseándola.

Thomás Kuhn, un conocimiento deja de ser científico cuando un paradigma, o un modelo que es ciencia, son abandonados por otro debido a cambio en la psicología social o mentalidad. I. Lakatos en cambio cuando un programa de investigación es abandonado por otro. Sin embargo; Paúl Feyerabend sostiene que no existe un criterio para establecer qué es científico y que no lo es. Citado por (Daros, 1998).

Por otro lado, esta investigación se apoya en la revolución copernicana de Kant (1724-1804) la que se fundamenta en que el entendimiento no es una realidad pasiva, que únicamente recoge los datos procedentes de los objetos, sino que es pura actividad, configuradora de la realidad, para Kant el conocimiento es el resultado de la colaboración entre la razón o la experiencia, por la sensibilidad recibimos los objetos, por el entendimiento los pensamos.

Entonces, de acuerdo a la Teoría del conocimiento de Kant, el ser humano aspira al conocimiento de todo, es decir que no se conforma con el conocimiento limitado o incompleto de la realidad.

Más adelante Piaget (1978) hace referencia a que el conocimiento se construye en forma activa a partir de experiencias con el mundo. Mientras el constructivismo genético de Piaget se basa en desarrollo cognitivo individual,

la otra variante socio construccionista se cimenta en la mediación social, como es el caso de Vygotsky (1896-1934) y, más contemporáneamente con Gergen (1996) (Arnold-Cathalifaud, 2004).

En este sentido la producción del conocimiento es producto de la emisión de una serie de enunciados, como lo menciona Austin (1955)

“El enunciado mismo es una “construcción lógica” a partir de las formulaciones de enunciados. (pág. 2)

Luego de analizar los diferentes enfoques relacionados con la construcción del conocimiento como producto de la investigación científica, corresponde a continuación, ubicarnos en un marco filosófico, y es en función de nuestro objeto de estudio que nos identificamos con una epistemología constructivista social respaldada bajo los principios de la Escuela de Frankfurt y la influencia de la teoría discursiva de Habermas en el desarrollo de la teoría crítica.

“La teoría crítica, originalmente, se definió en oposición a la teoría tradicional. Esta última representa el tipo de teorización “cientista” guiada por los ideales de las ciencias naturales modernas y su prerrogativa de investigaciones “libres de valoración”. Los autores de la teoría crítica parten de la asunción de que tanto los objetos observados como los sujetos observadores de la ciencias están constituidos socialmente y, por lo tanto, deben ser analizados e interpretados dentro de su contexto histórico-social.” (Frankenberg, 2011, pág. 68)

Es así que, en la presente investigación se requiere construir el contexto histórico-social del proceso emprendedor experimentado en las pequeñas y medianas empresas, cómo han evolucionado desde su creación e identificar los factores institucionales formales e informales que han incidido en cada fase de dicho proceso, con la finalidad de llevar a cabo un estudio con la mayor objetividad posible, realizar un recorrido bibliográfico a través de una exhaustiva revisión de literatura en base a las premisas filosóficas y epistemológicas que contribuyan a la comprensión del fenómeno en estudio.

El tema que nos asiste en este estudio es el emprendimiento, disciplina científica relativamente joven, dedicada al estudio exhaustivo de la función empresarial y la creación de empresas, tiene sus orígenes en países desarrollados tanto en Estados Unidos como en países europeos.

Su importancia radica en que en los últimos años la creación de nuevas empresas se ha convertido en el mecanismo clave para el crecimiento y desarrollo de las economías de los territorios.

2.1.1. Origen del término emprendimiento.

Etimológicamente la palabra emprendimiento proviene del francés “Entrepreneur”, a inicios del siglo XIX referido a la producción teatral de aquella época, proviene del antiguo francés “Entreprende” o emprendimiento. Fue Richard Cantillon (1755) en su “Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General” quien interpretó Entrepreneur a cualquier individuo que comercializara un producto hecho con sus manos o comprado para expendirlo a un precio más alto.

El término emprendimiento, está relacionado con el efecto de emprender, verbo que indica la acción de poner en marcha una obra o idea de negocio; por lo tanto el emprendedor será el individuo que ejecuta o pone en marcha un negocio, aquel que por diversas circunstancias, ya sea por necesidad o por aprovechar una oportunidad del mercado, pone a funcionar una microempresa, asumiendo riesgos económicos y enfrentándose, muchas veces, a una experiencia compleja y no grata.

Haciendo un recorrido en la epistemología del fenómeno del emprendimiento, tenemos la versión de Schumpeter (1934) que lo relaciona con nuevas combinaciones, fuentes, métodos, organizaciones; para Kirznern (1973) en cambio lo incumbe con nuevas oportunidades y nueva posición de equilibrio; por otro lado Drucker (1985) no es otra cosa que un evento de innovación, es decir de hacer algo nuevo. Herbert y Link (1988) de manera sencilla sostienen que es una manera de encarar la incertidumbre; más adelante Timmons (1997) en un reflexión más descifrada declara que es una forma de pensar, razonar y operar con enfoque holístico con cuidado en el equilibrio. Siguiendo esta línea, encontramos a Shapero (1982), quien plantea que el proceso de la creación de empresas es cuestión de todos los países, y que en todas sus

etapas está presente la acción humana donde intervienen muchas variables, unas más complejas que otras; pero que a pesar de la diversidad se encuentran factores comunes o generales. Así mismo, Rodríguez (1999) en una revisión interdisciplinaria sintetiza que el emprendimiento es un fenómeno complejo que vincula factores sociales, culturales y económicos, citado por (Donoso, 2011).

Existe un criterio análogo elaborado por Hoselitz (1951), quien señala que este término francés se utilizó, en el Siglo XVII, para referirse a expediciones militares, que más adelante se utilizó para quienes realizaban proyectos de construcción de infraestructuras de carácter religioso o militar. También este vocablo “entrepreneur” fue usado en la antigüedad para describir a una persona que practica un negocio y que asume riesgos.

2.1.2. El empresario y el emprendedor

Existe una discusión entre la definición de empresario y de emprendedor, en nuestro entorno son términos que se ha venido utilizando como sinónimos, pero el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, señala que el Emprendedor es la persona que emprende con resolución acciones dificultosas; y Empresario es el titular o directivo de una industria, negocio o empresa.

Por otro lado, Jean-Baptiste Say en la publicación *The Economist* a comienzos del siglo XIX hace la definición de emprendedor como la persona que realiza movilización de recursos económicos de un área de baja actividad hacia otra de mejores condiciones, es decir que genere mayor rentabilidad. Citado por (Pisani, 2016).

Con estas definiciones queda en evidencia que existe una gran diferencia entre estos dos términos, a pesar de que, aparentemente, realizan las mismas actividades; por un lado el emprendedor crea su empresa a base de

innovación y creatividad, es quien usa el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral para realizar un cambio; mientras que el empresario lo hace en términos de involucramiento de funciones como propietario, accionista o administrador directivo. Es así que podemos citar nombre de emprendedores empresarios exitosos o famosos como Bill Gates, Steve Jobs, Michael Dell que han ejecutado las dos acciones tanto en el ámbito de la creatividad y la innovación, así como también asumiendo funciones gerenciales o directivas. (Bucardo Alberto, Saavedra María y Camarena María , 2015).

Según Díaz (2002) el término entrepreneur en castellano sustituye al común término empresario, a sabiendas que no son tan similares por la imagen negativa que genera el empresario, no así el emprendedor que está catalogado como una persona que proyecta una imagen positiva y heroica, Iborra, Dasi , Dolz, & Ortega (2014) manifiestan que no todos los emprendedores son empresarios ni todos los empresarios son emprendedores. La diferencia entre un emprendedor y un empresario se identifica en los fines, pues en el primer caso su orientación está dirigida por la búsqueda de autorrealización, independencia, mientras que en el segundo caso su accionar está motivado por el factor económico en el sentido de acumulación de capital. (Suárez Sánchez-Ocaña, 2011)

Entonces, el emprendedor es la persona creativa que aprovecha oportunidades, que es innovador, que tiene carácter para asumir riesgos en un mundo desconocido donde le toca enfrentar situaciones adversas y que encuentra oportunidades donde para otros existen problemas. En cambio el empresario no necesariamente es el creador de la empresa, sino que ha sido ubicado como el ejecutivo que dirige una empresa, que toma decisiones, que planifica, organiza y controla las actividades de una empresa sea grande o pequeña, buscando siempre la generación de la máxima productividad y rentabilidad.

2.1.3. Origen de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

Las PYMES tienen su origen en Europa, a partir de la Segunda Guerra Mundial donde la mayor parte de las empresas fueron abatidas y ante estas circunstancias surge como solución la creación de las pequeñas y medianas empresas. Estas unidades productivas aparecen como las benefactoras de semejante situación constituyéndose en la base primordial para el crecimiento económico y en definitiva para el bienestar de la sociedad.

Las PYMES son unidades económicas de producción y comercialización que administra un conjunto de factores (capital y trabajo) de manera eficiente, con la finalidad de generar utilidades que contribuyan al desarrollo socioeconómico de una localidad. Estas organizaciones se han constituido en un factor fundamental en la economía, porque son generadoras de empleo y proporcionan el sustento para el bienestar de muchas familias. (Anderson, 1999).

En Estados Unidos de Norteamérica y Canadá se ha fomentado la creación de PYMES a través de las incubadoras; de la misma manera en México se apoyan en los programas de vinculación con la colectividad que llevan a cabo las universidades y organizaciones de gobierno, desde la academia facilitan la elaboración de planes de negocios para la creación de empresas, en lo que respecta a la constitución legal, en lo referente a la búsqueda de capitales para la inversión y asesoría para minimizar riesgos.

2.2. Antecedentes de investigación

De la revisión bibliográfica realizada, existen a nivel mundial, una variedad de estudios relacionados con el emprendimiento en las PYMES, variables analizadas desde diferentes factores que aportan sustancialmente en el

soporte teórico para la presente investigación, entre las tesis más destacadas, y recientes, se describen las siguientes:

2.2.1. Tesis

A. El valor de la marca como estrategia para incrementar la capacidad emprendedora en estudiantes de Universidades Nacionales del área de Ciencias Empresariales.

La presente tesis doctoral realizada en las Universidades peruanas, plantea como objetivo general:

“Determinar de qué manera el valor de la marca como estrategia incrementa la capacidad emprendedora en estudiantes de Universidades Nacionales del área de Ciencias Empresariales.” (pag.4), en la que busca saber hasta qué punto los estudiantes consideran importante su capacidad emprendedora a la hora de crear una empresa y el valor de la marca Universidad donde ésta se desarrolla de manera que podamos estimar su posible influencia en la misma. (pag.1).

Este trabajo se enmarca en una investigación básica, de nivel descriptivo correlacional y es de diseño no experimental. Las variables que explica son: Valor de la Marca y Capacidad emprendedora, donde se establece el grado de influencia entre dichas variables.

El análisis estadístico correlacional arroja como resultado, con un 95% de probabilidad que el valor de la marca tiene significativa influencia como estrategia para incrementar la capacidad emprendedora en estudiantes de Universidades Nacionales del área de Ciencias Empresariales.

Se demuestra que la dimensión que mayor influencia presenta en el Valor de la Marca es la antigüedad, para el caso de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y constituye su mayor fortaleza al compararlo con la Universidad Nacional Federico Villarreal. Las otras dimensiones le siguen, en grado promedio el Poder, y en grado mayor al promedio, la Credibilidad (Fairlie, 2012).

B. Actividad emprendedora y crecimiento económico.

En esta tesis doctoral, se afirma que la actividad emprendedora, en un sentido amplio, es positiva para el crecimiento económico, de donde surge el interés por identificar aquellos factores que influyen en dicha actividad.

El presente estudio a nivel de país y realizado durante 6 años, se ha preocupado de identificar los factores que están relacionados simultáneamente con el espíritu emprendedor y el crecimiento económico. Según los resultados obtenidos en la tesis en mención, se ha podido conocer ex ante, la repercusión de un factor concreto sobre la iniciativa empresarial y el crecimiento económico. Dichos corolarios, también sugieren la creación de empresas.

En esta investigación, el autor señala como objetivo, revisar algunos aportes teóricos sobre emprendimiento y analizar la importancia del espíritu emprendedor en el orden social. En síntesis, en este trabajo el autor manifiesta que los países pobres no deberían basarse en el emprendimiento si la finalidad es fomentar el crecimiento económico (Almodóvar González, 2016).

C. Estudio de los factores individuales e institucionales que influyen en el proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades en el emprendimiento social híbrido.

En esta tesis doctoral el autor persigue cuatro objetivos de investigación: 1) Analizar, a título tanto individual como comparativo, el perfil del emprendedor social híbrido; 2) Identificar el rol de los factores individuales e institucionales/contextuales en el proceso de emprendimiento social híbrido; 3) Examinar la naturaleza de los factores individuales e institucionales/contextuales intervinientes en la fase de explotación de oportunidades en el emprendimiento social híbrido; y 4) Estudiar el grado de influencia de los factores individuales e institucionales/contextuales en la

consecución de los objetivos sociales y económicos de una empresa social híbrida.

Los principales resultados, respecto a destacar sobre el perfil del emprendedor social híbrido que este tipo de emprendedor presenta: a) respecto al tradicional, una mayor orientación a los valores personales y una menor necesidad de poder/estatus y de relaciones interpersonales; b) respecto al social sin fines de lucro, mayores niveles de tolerancia a la incertidumbre, propensión al riesgo y capacidad cognitiva; y c) un interés real en oportunidades que generen valor económico pero sobre todo valor social.

Sobre el papel de los factores individuales y los institucionales/contextuales en el proceso de emprendimiento social híbrido, se logra identificar que el emprendedor social híbrido a) está guiado en mayor medida en la fase de identificación de oportunidades por factores con elevado componente social, b) en la fase de evaluación de oportunidades concede una importancia muy similar a los factores de índole social y económica, y c) en la etapa de explotación de la oportunidad, otorga preferencia a los objetivos sociales sobre los económicos. Sobre el papel de los factores individuales y los institucionales/contextuales en la consecución de los objetivos de la empresa social híbrida se destaca que los más influyentes son: a) dentro de los factores individuales innovación y pro actividad resultan determinantes para alcanzar los objetivos económicos, mientras que la necesidad de logro es el factor que más se asocia con el logro de los objetivos sociales; b) en relación a los factores institucionales/contextuales se destaca que los factores relacionados con la estructura del sector y del mercado influyen en mayor medida en el logro de los objetivos económicos, mientras que los factores relativos al entorno económico, político-gubernamental y socio-cultural inciden en el logro de los objetivos sociales (Maraboto Quepons, 2015).

D. Creación, Crecimiento y Expansión Internacional de las Nuevas Empresas: Influencia del Emprendedor y del Equipo de Emprendedores

En este trabajo investigativo se enfatiza la figura del emprendedor como el individuo propiciador de la creación de empresas. En él se argumenta que las características del emprendedor pueden resultar determinantes en la iniciativa emprendedora, cuestión que ha sido central para el desarrollo de la investigación mostrada en la tesis.

Por otro lado se realiza un análisis sobre los equipos de emprendedores, destacando que la iniciativa emprendedora puede originarse tanto en un equipo de emprendedores como en un emprendedor a nivel individual. En este sentido, se destaca que las empresas creadas por equipos tienen mayores probabilidades de supervivencia y crecimiento que las constituidas por un solo individuo. Se concreta con la importancia de los equipos de emprendedores con vínculos familiares, que representan la mayoría de los equipos de emprendedores. Estos equipos, en virtud de los lazos familiares que les unen entre sí y con otros miembros de la familia, así como por las características intrínsecas al carácter familiar de sus negocios, resultan favorecidos por el acceso a recursos y contactos que les aporta esta situación, lo cual les facilitará la creación y desarrollo de sus proyectos empresariales.

Así mismo, se puntualiza en la importancia de los emprendedores en la internacionalización de sus nuevas empresas. Siendo las características de los emprendedores — proactividad, asunción de riesgos y carácter innovador —, un impulsor de esta estrategia de crecimiento.

Además, los resultados confirman la hipótesis principal quedando demostrado que un mayor acceso a los recursos heterogéneos por parte del equipo emprendedor incrementará las probabilidades de que la empresa se establezca en el mercado. También se demuestra que la experiencia del equipo en el sector influye positivamente en la relación entre la aportación de

recursos heterogéneos y la decisión de lanzar una nueva empresa al mercado. (Vos Saz , 2013)

E. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS GRADUADOS IQS (Centro INSTITUT QUÍMIC DE SARRIÀ)

En la presente tesis doctoral, se obtienen las siguientes conclusiones:

1. Se han identificado 348 emprendedores IQS, de los cuales 278 pertenecen al área científico-técnica y 70 al área económico-empresarial. Los emprendedores del área científico-técnica representan el 5,8% del total de los graduados, mientras que en el área económico-empresarial, esta proporción es del 4,7%.
2. Crear una empresa no es la opción más común del graduado IQS para la incorporación al mercado laboral al finalizar sus estudios. Los emprendedores IQS esperan de mediana 9 años a constituir formalmente su primera iniciativa empresarial, una vez cuentan con experiencia profesional. Su principal motivación para la creación de la empresa es el aprovechamiento de una oportunidad de negocio.
3. Dos de cada cinco emprendedores IQS han creado más de una empresa, convirtiéndose en emprendedores habituales. La media global es de casi 2 empresas creadas por emprendedor o de algo más de 3 por cada emprendedor habitual.
4. El 94% de las empresas creadas por graduados IQS están situadas en España y de ellas, el 95% se encuentran en Cataluña. Existe un claro dominio de las empresas de servicios sobre las de tipo industrial. En el entorno industrial, destacan las compañías dedicadas al sector de la construcción, a la fabricación de maquinaria y equipos y la industria química y farmacéutica. La gran mayoría de las empresas de servicios se centran en la compra-venta, importación y distribución de productos. También son numerosas las empresas que se dedican a actividades de I+D y consultoría técnica.

5. Los trabajadores por cuenta propia representan el 16% del total, actúan como consultores independientes, tienen unos ingresos anuales de aproximadamente 100.000 € y cuentan con una sólida experiencia profesional tras haber trabajado para otras empresas durante una etapa importante de su vida laboral.
6. El prototipo de Empresa Mediana creada por un graduado IQS consiste en una empresa creada hace 30 años por 3 socios con un capital inicial de aproximadamente 11.000 €. El prototipo de Empresa Pequeña creada por un graduado IQS consiste en una empresa con 8 años de existencia creada por 2 socios con un capital inicial de unos 215.000 €. El crecimiento de las empresas se consigue en general con el tiempo.
7. El 43% de las empresas indican que destinan una parte importante de sus ingresos a la I+D. Destacan las sociedades innovadoras, creadas en los últimos cinco años para realizar actividades de investigación y desarrollo de productos y procedimientos relacionados con los sectores químico, biotecnológico y médico-farmacéutico.
8. Suponiendo que el presente estudio sólo ha permitido la identificación de la mitad de emprendedores, la estimación global del impacto emprendedor de IQS permite concluir que un total de casi 700 emprendedores IQS habrían creado unas 900 empresas distintas, de las cuales, 800 seguirían activas en el momento de finalizar el estudio, empleando a más de 11.000 personas y con unos ingresos anuales superiores a los 2.000 millones de euros.
9. Salvando las distancias entre el MIT e IQS, en lo que a dimensiones se refiere, los resultados de estimación global del emprendimiento en ambos estudios son equiparables, en cuanto al valor absoluto de emprendedores, el porcentaje de emprendedores sobre el total de graduados y el número de empresas creadas. Sin embargo, el tamaño

de las empresas creadas por emprendedores IQS está lejos de los valores del MIT.

10. La formación de IQS ha contribuido al espíritu emprendedor de sus graduados, proporcionando una sólida base para poder acceder y desarrollar su carrera profesional, destacando: los contenidos, la metodología de trabajo, el esfuerzo, la disciplina y la exigencia, la capacidad de afrontar las dificultades, el sentido crítico, el deseo de entender cómo funcionan las cosas y la voluntad de superarse continuamente. A pesar de ello, “Ser un IQS” no resulta un argumento válido para conseguir financiación por parte de entidades externas, mientras que sí resulta ser una cualidad importante para respaldar la credibilidad del emprendedor ante terceros.

11. Poco más de la mitad de los emprendedores mantiene algún tipo de relación actual con IQS: asociaciones de graduados, servicio de prácticas de alumnos en empresas, convenios y/o bolsa de trabajo, cliente de PEINUSA, profesor colaborador y por último, Fundación Empresas IQS. A pesar de ello, la creación de un ecosistema IQS para el fomento del emprendimiento, es un deseo manifestado por los propios emprendedores. Ahora es pues, el momento para que los diversos agentes que conforman la comunidad IQS construyan un entorno adecuado para la comunicación entre ellos, el intercambio de experiencias y preocupaciones así como para proporcionar el soporte que permita el florecimiento de nuevas iniciativas empresariales surgidas de los graduados IQS (Vallmitjana I Palau, 2016).

F. Influencia de las incubadoras de empresas universitarias en el proceso emprendedor: una aplicación para el Tecnológico de Monterrey

Esta Tesis Doctoral tiene como objeto desarrollar un modelo teórico de intención emprendedora en emprendedores nacientes basado en un modelo de comportamiento emprendedor que incorpore el efecto del riesgo percibido y de las incubadoras de empresas. Por tanto, se analiza si los antecedentes

de la intención emprendedora, así como el riesgo percibido desde una perspectiva multidimensional influyen en la intención emprendedora. Del mismo modo, se pretende identificar si existen diferencias en los factores que determinan la intención emprendedora en individuos que reciben apoyo a través de una incubadora de aquellos que no lo reciben. Con objeto de dar respuesta a estas cuestiones, se realiza un estudio cualitativo mediante sesiones de focus group a expertos en emprendimiento y uno cuantitativo tanto a emprendedores nacientes que reciben servicios de incubación como a aquellos que no los reciben. Los resultados obtenidos en la investigación cuantitativa confirman un elevado cumplimiento de las hipótesis propuestas para los antecedentes de la intención emprendedora. No obstante, para cada una de las muestras examinadas., se observan diferencias significativas con respecto a la influencia del riesgo percibido sobre la intención y sus antecedentes, así como en el efecto de las dimensiones de riesgo sobre el riesgo global.

Finalmente, el análisis de los resultados de la posible influencia de la valoración de los servicios de la incubadora permite constatar la influencia directa y positiva de esta variable sobre la autoeficacia percibida y las condiciones facilitadoras, sin embargo, no se confirma la influencia directa y negativa de la valoración de los servicios de la incubadora sobre el riesgo percibido (Giordano Martínez K. , 2015)

G. GPS-PYMES: Marco de Gestión de Proyectos para el desarrollo Seguro en PYMES

En la actualidad no se concibe una empresa, por pequeña que esta sea, sin algún tipo de servicio Tecnología de Información (TI). Se presenta para cada empresa el reto de emprender proyectos para desarrollar o contratar servicios de TI que soporten los diferentes procesos de negocio de la empresa. Por otro lado, a menos que los servicios de TI estén aislados de toda red, lo cual es prácticamente imposible en la actualidad, no existe un servicio o un proyecto que lo desarrolle garantizando el 100% de seguridad. Así la empresa maneja una dualidad entre desarrollar productos/servicios de TI seguros y el

mantenimiento constante de sus servicios TI en estado seguro. La gestión de los proyectos para el desarrollo de los servicios de TI se aborda, en la mayoría de las empresas, aplicando distintas prácticas, utilizadas en otros proyectos y recomendadas, a tal efecto, por marcos y estándares con mayor reconocimiento. Por lo general, estos marcos incluyen, entre sus procesos, la gestión de los riesgos orientada al cumplimiento de plazos, de costes y, a veces, de la funcionalidad del producto o servicio. Sin embargo, en estas prácticas se obvian los aspectos de seguridad (confidencialidad, integridad y disponibilidad) del producto/servicio, necesarios durante el desarrollo del proyecto. Además, una vez entregado el servicio, a nivel operativo, cuando surge algún fallo relativo a estos aspectos de seguridad, se aplican soluciones ad-hoc. Esto provoca grandes pérdidas y, en ocasiones, pone en peligro la continuidad de la propia empresa. Este problema, se va acrecentando cada día más, en cualquier tipo de empresa y, son las PYMES, por su falta de conocimiento del problema en sí y la escasez de recursos metodológicos y técnicos, las empresas más vulnerables.

Por todo lo anterior, esta tesis doctoral tiene un doble objetivo. En primer lugar, demostrar la necesidad de contar con un marco de trabajo que, integrado con otros posibles marcos y estándares, sea sencillo de aplicar en distintos tipos y envergaduras de proyectos, y que guíe a las PYMES en la gestión de proyectos para el desarrollo seguro y posterior mantenimiento de la seguridad de sus servicios de TI. En segundo lugar, cubrir esta necesidad desarrollando un marco de trabajo que ofrezca un modelo de proceso genérico aplicable sobre distintos patrones de proyecto y una librería de activos de seguridad que sirva a las PYMES de guía durante el proceso de gestión del proyecto para el desarrollo seguro.

El modelo de proceso del marco propuesto describe actividades en los tres niveles organizativos de la empresa (estratégico, táctico y operativo). Está basado en el ciclo de mejora continua (PDCA) y en la filosofía Seguridad por Diseño, propuesta por Siemens. Se detallan las prácticas específicas de cada actividad, las entradas, salidas, acciones, roles, KPIs y técnicas aplicables para cada actividad. Estas prácticas específicas pueden aplicarse o no, a

criterio del jefe de proyecto y de acuerdo al estado de la empresa y proyecto que se quiera desarrollar, estableciendo así distintos patrones de proceso. Para la validación del marco se han elegido dos PYMES. La primera del sector servicios y la segunda del sector TIC. El modelo de proceso ha sido aplicado sobre un mismo patrón de proyecto que responde a necesidades comunes a ambas empresas. El patrón de proceso ha sido valorado en los proyectos elegidos en ambas empresas, antes y después de su aplicación. Los resultados del estudio, después de su aplicación en ambas empresas, han permitido la validación del patrón de proceso, en la mejora de la gestión de proyecto para el desarrollo seguro de TI en las PYMES (Cámara Delgado, 2015).

H. Actividad emprendedora y desarrollo económico local [Recurso electrónico] evidencias para el caso de Nicaragua y municipio de León 2000-2013.

Somarriba Sandoval (2015) en este trabajo doctoral se analiza la Tasa de Actividad Empresarial (TAE) de Nicaragua y del departamento del Municipio de León y la valoración de los empresarios y actores locales sobre el contexto emprendedor. El objetivo es explorar el comportamiento de la TAE en relación con indicadores de desarrollo, cuya investigación se profundiza con el análisis cualitativo de la dinámica empresarial in situ de las empresas de reciente creación y consolidadas. Se plantean dos bloques a partir de los fundamentos teóricos y un segundo vinculado a la evidencia empírica. El análisis cuantitativo determina la TAE por tamaño empresarial (2004-2011), por tipo de establecimiento (2010) y Sistemas de Información Geográfica (2012). Para establecer la relación de la TAE con el desarrollo se seleccionan como indicadores el Producto Interno Bruto (PIB), PIB per cápita, empleo, desempleo, Índice de Desarrollo Humano y Competitividad Global. Para América Latina la TAE presenta una relación inversa y en forma de “U”, a menor PIB, empleo y desarrollo humano tiende a aumentar la actividad emprendedora. Prevalece una alta tasa de emprendedores motivados por la necesidad que por oportunidad. Para el caso de Nicaragua prevalece la forma de campana invertida en donde las variaciones de PIB, asegurados e IDH

influye en la TAE. Por otro lado, el análisis cualitativo se establece a partir de las encuestas a empresarios de las MIPYME y actores locales del Municipio de León. De una población de empresarios de 4.432 se determinó una muestra de 614 mediante la estratificación por afijación proporcional. En el caso de los actores locales se obtuvieron 20 cuestionarios válidos. Se establece estadística descriptiva, árboles de decisión y un modelo de regresión logística binaria para identificar los factores demográficos, motivacionales, aspiraciones emprendedoras, factores empresariales y del contexto emprendedor que determinan la actividad empresarial.

I. La vinculación de la orientación emprendedora y la orientación al mercado en el resultado de la PYME de Aguascalientes

El propósito de este trabajo es analizar el sentido de la relación entre los constructos orientación emprendedora, la orientación al mercado y el resultado empresarial de tal forma que las conclusiones contribuyen al esclarecimiento sobre el orden de dependencia de ambas orientaciones.

Los resultados obtenidos en este estudio permiten arrojar luz sobre la relación existente entre ambas orientaciones empresariales. La comparación de modelos que contemplaban como antecedente a una y otra orientación alternativamente permite afirmar que la orientación al mercado puede considerarse como un antecedente de la orientación emprendedora. (García Ramírez, 2015)

J. “Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Validación en el Campus d’Alcoi de la Universitat Politècnica de València”

En este trabajo, se manifiesta que el emprendimiento o entrepreneurship es un campo de investigación científica en auge que preocupa tanto a los estados por la crisis actual como a los organismos de enseñanzas regladas. Modelos educativos foráneos están adoptando buenas prácticas en esta

materia con la finalidad de dotar a sus estudiantes de competencias transversales en innovación, emprendimiento y creatividad.

Además refiere a que las universidades asumen un rol importante en el fomento de estas competencias, puesto que el conocimiento y el talento para la generación de startups tecnológicas se encuentra en gran medida en sus alumnos. El gobierno español no es ajeno a esta circunstancia y empujado por Europa adopta reformas de las universidades con la finalidad de que éstas instauren medidas que fomenten la cultura emprendedora e inserten en sus estudios de grado asignaturas relacionadas con la creación de empresas e iniciativa emprendedora.

En esta tesis se propone una metodología que permite conocer cómo son los emprendedores universitarios desde sus vertientes socioeconómicas y psicológicas. También analizar si su paso por la universidad les ha estimulado a emprender y poder realizar recomendaciones de los servicios de apoyo que más necesitan y/o demandan.

Pone atención en el papel que juega la universidad en la transferencia de conocimiento a través de la aplicación de su tercera misión, profundizando tanto en el marco teórico como en la posición europea y española en la misma, destacando el papel que están ejerciendo las universidades valencianas a través de los Campus de Excelencia Internacional.

También se realiza un análisis teórico de la iniciativa emprendedora contextualizada en España, que caracteriza a los emprendedores y la actividad de creación de empresas, destacando como dato notable un auge de los inscritos al RETA con estudios superiores. Por ello, a continuación se indaga en la cadena de valor del emprendimiento y en los servicios que prestan las diferentes plataformas de apoyo a la persona emprendedora, incluyendo las universitarias.

Este estudio comprende el análisis del enfoque psicológico y socioeconómico del emprendedor, por lo que se realiza una caracterización del mismo y se indaga sobre la investigación científica en entrepreneurship realizada en la última década.

La herramienta de recolección de información es un cuestionario validado en el Campus d'Alcoi de la Universitat Politècnica de València. Tras un análisis estadístico descriptivo y multivariante se obtienen las siguientes conclusiones:

Existen variables socioeconómicas que sí presentan dependencia con la intención emprendedora de los alumnos universitarios.

Concurre una relación directa entre la realización de actividades relacionadas con emprendimiento y la intención emprendedora de los alumnos universitarios.

Se han identificado aquellos servicios que más demandan los jóvenes universitarios y que pueden adaptarse en las distintas plataformas de apoyo al emprendimiento.

Existen diferencias entre pautas emprendedoras en función de grados y cursos académicos.

Se ha obtenido un modelo de pautas emprendedoras a partir del modelo motivacional de McClelland que permite discriminar los colectivos que se consideran emprendedores en porcentajes elevados.

Esta investigación permitirá a las universidades realizar una detección precoz de alumnos que manifiesten estas pautas y así poder potenciar mediante distintas actividades sus competencias emprendedoras o intraemprendedoras durante el curso de sus estudios de grado. (Pérez Blanco, 2016)

K. Creación de empresas en torno a las universidades por los ex alumnos de las mismas: un análisis del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

En este trabajo investigativo se hace referencia a como el fenómeno de la creación de empresas se ha consolidado como un área de desarrollo en el marco de la investigación científica. El interés académico, empresarial y de políticas gubernamentales se basa en la evidencia de su contribución al desarrollo económico, a su integración con los procesos innovadores, al fortalecimiento de espacios regionales y las implicaciones que tiene para los individuos y la sociedad.

Para poder fomentar adecuadamente las iniciativas emprendedoras de los alumnos dentro de la universidad, se requiere un conocimiento de los diferentes aspectos del proceso de creación de empresas de los egresados, analizando y aportando evidencia sobre la figura del empresario, el medioambiente que lo rodea y las características de las empresas que establece. Adicionalmente señalaremos las implicaciones prácticas que tiene esta investigación, algunas limitaciones del estudio, así como futuras líneas de investigación que se abren a partir de este trabajo realizado.

El objetivo general es lograr entender los diferentes factores asociados que han impulsado la actividad emprendedora de los ex alumnos del ITESO a través del tiempo. Los resultados presentados muestran que los siguientes factores han tenido una influencia creciente con el paso del tiempo:

El capital social del emprendedor, el cual se refiere a los recursos que impulsan a una persona a crear una nueva empresa en un momento determinado y que se obtienen del apoyo familiar, de las diferentes experiencias emprendedoras a que está expuesto el individuo, el conjuntar un equipo que colabore en los procesos iniciales de la empresa y del conocimiento de otras personas que han creado empresas. Dentro del capital social una variable determinante para la creación de empresas obtenida en el estudio es formar una red de contactos a través del conocimiento de

personas clave para la operación del negocio, de las competencias sociales y del nivel de educación los cuales permiten a los emprendedores ganar accesos y disponibilidad de recursos.

Los procesos emprendedores se inician con la detección de las oportunidades o situaciones en las cuales los recursos pueden ser combinados para dar una utilidad potencial. La educación recibida en el ITESO ha sido un factor relevante para la búsqueda de nuevos materiales, materias primas, desarrollo de nuevos productos y servicios así como la información que se obtiene del conocimiento de nuevas tecnologías los cuales producen un desequilibrio en el medio ambiente que se manifiestan al encontrar las diferentes oportunidades emprendedoras que los ex alumnos han explotado en el transcurso del tiempo.

La autodeterminación de los emprendedores, es decir la creencia en su capacidad para ejercer algún control sobre los hechos y el entorno que los rodea. En la presente investigación se ha establecido para los ex alumnos del ITESO que la mejora del entorno de trabajo tiene una relación directa a través del tiempo como un motivador para la creación de empresas.

El capital humano, el cual es considerado como una acumulación de conocimiento que provee de habilidades al emprendedor y que se expresa por medio de la experiencia en la industria, en la educación recibida, la experiencia en la aplicación de otros proyectos y en los conocimientos técnicos y administrativos los cuales dan las capacidades necesaria para coordinar diversas actividades principalmente en las primeras fases del emprendimiento.

Otra categoría presente dentro del capital humano es que la educación recibida en el ITESO se asocia positivamente con el año de graduación del egresado. La educación empresarial y la formación se ha determinado que influyen en el comportamiento actual y en las intenciones futuras de los estudiantes, en el caso del ITESO hemos encontrado que la educación ha

fomentado el emprendimiento principalmente en actitudes y capacidades para la búsqueda de oportunidades de negocio.

La edad de los emprendedores, en la descripción y caracterización de la muestra se tiene un promedio de edad de los emprendedores de 29 años al momento de fundar su primera empresa la cual ha declinado gradualmente desde los 39 años en la década de los años 70's hasta 22 años en promedio en la presente década, así como un período de entrada al emprendimiento con una tendencia cada vez menor, lo cual nos indica que el proceso de crear empresas entre los egresados del ITESO lo hace la gente cada vez más joven y en un período corto después de terminar sus estudios.

El género es un factor asociado con la creación de empresas a través del tiempo, más aún, las mujeres tienen una tendencia de incremento en las últimas décadas. A pesar de ese incremento, el número de mujeres involucradas en el emprendimiento es más bajo que los hombres, en la muestra tomada para los ex alumnos del ITESO el 26.8% de las empresas fueron fundadas por mujeres. La transición al emprendimiento definida como la diferencia en año entre la graduación en el ITESO y la creación de la primera empresa es un factor asociado con la creación de empresas a través del tiempo. Esta relación marca una tendencia de disminución con el tiempo.

En términos de características de las empresas, las mujeres emprendedoras tienden a establecer sus empresas con menor capital inicial y son generalmente más pequeñas en tamaño en comparación con las propiedades de los hombres (Brush, 1992), esto concuerda con los resultados para las mujeres emprendedoras del ITESO en donde las empresas son un 9% en tamaño que las de los hombres en términos de volumen de ventas y empleo generado.

Los factores ambientales, los cuales son condiciones que se presentan dentro del proceso emprendedor que consisten en diferentes tipos de educación, investigación, instituciones y redes que contribuyen en la creación y crecimiento de las empresas. Las universidades han creado instituciones para

apoyar los esfuerzos empresariales como incubadoras, centros de emprendimiento y programas de transferencia de tecnología. En ITESO se ha realizado a través del Centro Universidad – Empresa y el PROGINNT (Programa para la Gestión e Innovación de la Tecnología) el cual cuenta con una estructura física y programas muy bien fundamentados para la capacitación y formación de emprendedores enfocados principalmente en el área tecnológica.

Aún falta por difundir e impulsar estos proyectos de base tecnológica entre los ex alumnos ya que estos expresaron en la muestra analizada que solamente el 3% utilizó el PROGINNT como un apoyo en la fundación de su empresa, medido desde el año de la creación de este programa.

Es fundamental fomentar un medio ambiente emprendedor dentro del ITESO ya que el origen de la idea de negocio que se lleva a cabo mediante diferentes formas (en clase, discusiones informales con estudiantes y profesores, investigaciones, literatura científica o profesional, visitas a negocios, trabajos de aplicación en empresas) durante la etapa de los estudios en la universidad tiene una correlación positiva y estadísticamente significativa con el año de graduación. Las universidades han encontrado nuevas formas de apoyar a la economía regional a través del desarrollo del capital humano, la transferencia de conocimientos técnicos y el reforzar el potencial emprendedor desde la perspectiva de la formación.

En el caso de las empresas analizadas en nuestro estudio, el 91.5% se han establecido en el estado de Jalisco y un 84.2% en la zona metropolitana de Guadalajara, siendo la proporción de pequeñas y medianas empresas mayor que el promedio establecido en Jalisco en donde existe una marcada concentración de microempresas lo cual da como resultado que en la muestra de emprendedores de ITESO se tiene más proporción de empresas generadoras de una mayor cantidad de empleo.

El número de empresas reportadas por los ex alumnos de ITESO que se tienen datos de ventas es de 163, lo cual representa el 78.3% del total de la

muestra, emplearon a 6879 personas con una facturación total de 224 millones de dólares en el año 2012 con lo cual se tiene en promedio 1.37 millones de dólares* por empresa, este último dato es menor al reportado por las universidades de Alberta y Iowa que es de 4.9 y 3.3 millones de dólares por empresa respectivamente, pero son muy bajos comparados con el MIT que es de 71 millones de dólares por empresa, siendo su principal característica la de una universidad tecnológica y de negocios, lo cual nos indica que lo importante no es solamente el crear nuevas empresas para reducir el desempleo, sino también crear nuevas empresas de base tecnológica y con aplicación de conocimiento capaces de generar empleos de alto valor agregado y un mayor índice de ventas.

El 88% de las empresas creadas por los egresados del ITESO concentran su facturación anual en dos categorías, menor a 250 000 dólares* y entre 250000 y 1 millón de dólares lo que representa un tamaño de negocio muy semejante al reportado por una universidad de tipo regional en Iowa, Estados Unidos que es del 86%. Esto es debido a que los ex alumnos emprendedores reportados en la muestra tienden a tener más proporción de pequeñas y medianas empresas, diferente a las establecidas en México donde se concentran en los micros y pequeñas empresas, lo cual genera para empresas de los ex alumnos de ITESO un valor mayor de los bienes y servicios producidos. (Vázquez Villalpando, 2014)

L. Empresarialidad en Ecuador, estudio de los factores determinantes en base al proceso emprendedor.

En este estudio se identifican algunas condiciones distintivas del Ecuador y muchas de estas condiciones las compara con América Latina. Comprueba la existencia de factores que constituyen obstáculos para el desarrollo de las empresas. Se detecta que la base de información es deficiente o nula sobre la creación de empresas en Ecuador.

Se conoce que desde el Estado existen algunas instituciones que regulan el accionar de las empresas. Por otro lado afirma que el sistema educativo y

cultural de la población ecuatoriana influye en la creación de empresas y concomitantemente en toda la economía, siendo la base social muy pequeña y por lo tanto los potenciales o futuros empresarios serían muy pocos, puesto que la mayoría de los ecuatorianos no cumple con las características mínimas del emprendedor (origen social, estudio, experiencia en el sector, motivación, etc.). Por el lado del contexto cultural, se presenta poco emprendedor siendo menos favorable para el género femenino.

Así mismo, este trabajo demuestra que existe una debilidad en la estructura productiva del país, incluso mucho más marcada que en el resto de los países latinoamericanos, en Ecuador las empresas son muy pequeñas y poco competitivas internacionalmente.

Menciona tres problemas de fondo:

- 1) La gran cantidad de trabajos informales que en Ecuador existen.
- 2) El número de emprendedores que fundan su primera empresa es menor que en el promedio de América Latina, lo cual implica que la base de nuevos emprendedores está más restringida al campo de quienes ya crearon una empresa con anterioridad.
- 3) Finalmente, el retraso de la creación de la empresa en mayor medida es por la demora en realizar los trámites y registros.

El estudio demuestra que los empresarios no compiten con productos o servicios innovadores (menos del 20%) y apenas diferencian sus productos en precio, calidad o mercado, por lo tanto, es necesario fomentar la investigación y desarrollo para la innovación desde todos los ámbitos. Además, se evidencia que la experiencia laboral en sectores similares o vinculados, especialmente en PYMES, constituye una fuente fundamental de adquisición de la vocación y de las competencias empresariales.

Por otro lado, el mercado ecuatoriano es limitado comparado con países más grandes de Latinoamérica, entonces, la investigación ha revelado que los emprendimientos dinámicos ecuatorianos no producen tanto como los

latinoamericanos, ya que teniendo inversiones de montos similares, en cuestiones de ventas son menores las ecuatorianas y crecen en menor medida.

En conclusión, los emprendedores ecuatorianos al momento de poner en marcha la empresa, los factores económicos y los no económicos son influyentes. De los económicos, la disponibilidad de financiamiento se ubica como uno de los primeros que afecta al empresario “positivamente” a la hora de tomar una decisión. Cuestión que hace pensar que el poco acceso al financiamiento también es una decisión del emprendedor más que una cuestión de oferta. Por tanto cualquier estrategia orientada a facilitar el acceso al financiamiento en el país deberá tener presente no sólo las transformaciones necesarias del lado de la oferta, sino también el patrón de conducta de los potenciales demandantes, cuyo divorcio del sistema financiero es en algo mayor que en los países latinoamericanos.

La comparación del sector convencional versus el sector basado en conocimiento permite identificar ciertas características distintivas; esto permitiría apoyar el emprendimiento con las particularidades inherentes a cada uno. Sin embargo, no fueron muchas las diferencias encontradas o por lo menos éstas, no están muy marcadas. No es un dato menor ya que se puede interpretar que a la hora de apoyar los emprendimientos de un sector u otro, se podrían realizar políticas generales y transversales, sin la necesidad de direccionar las políticas.

De todas formas, se pudo observar que para emprender en el sector basado en conocimiento, los empresarios en su mayoría estudiaron carreras técnicas tanto a nivel de grado como de posgrado, mucho más que empresarios del sector convencional. (Viteri Guillen & Kantis , 2010).

2.2.2. Trabajos de investigación

A. Actitudes de emprendimiento, necesidad de logro y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de universidades públicas de Lima metropolitana

Loli, Del Carpio & Vergara (2012), plantea como objetivo:

“Conocer las actitudes de emprendimiento, la necesidad de logro y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de las universidades públicas de Lima, en una muestra de 657 sujetos que estudian diversas especialidades los encuestados cursan entre el primer y décimo ciclo de estudios”. (p.61)

Los resultados revelan que la mayoría de estudiantes tienen una actitud positiva de creatividad y emprendimiento; asimismo, hay una asociación altamente significativa de las actitudes de emprendimiento con la intención de desarrollar un negocio y aquel con la necesidad de logro, disminuyendo dicha significancia al asociar la necesidad de logro con la intención de desarrollar un negocio. Igualmente, un análisis del puntaje total del emprendimiento con sus componentes arroja que existe una correlación significativa y positiva con todos ellos.

Respecto de las variables demográficas, sociales y organizacionales y su relación con el emprendimiento (bajo, normal y alto), no se encuentran diferencias significativas cuando se comparan entre universidades, salvo cuando se trata de la experiencia laboral de los sujetos; tampoco existe asociación significativa con las variables como la edad, el género, el estado civil y ciclos de estudio. (Loli, Del Carpio, & Vergara, 2012)

B. Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia?. Explorando el caso argentino.

Esta investigación realizada en Buenos Aires, Argentina, revela

“El carácter multicausal del fenómeno del proceso de creación de empresas y destacan la importancia de los factores vinculados a la estructura y desarrollo industrial/tecnológico junto con los aspectos relacionados con el capital social, los cuales definen el marco contextual en el cual los emprendedores y sus emprendimientos emergen. Así mismo, sin negar la importancia de los aspectos más individuales de la empresarialidad, las evidencias preliminares tienden a respaldar aquellos enfoques orientados hacia el proceso.” (Kantis Hugo, Angelelli Pablo y Gatto Francisco , 2000, pág. 23)

En este estudio se ha logrado identificar que, las condiciones macroeconómicas, principalmente el reducido nivel de inflación y el crecimiento del producto bruto interno, crearon un entorno propicio para el origen de nuevas empresas; que la disponibilidad y condiciones del financiamiento externo influyen negativamente, principalmente cuando se trata de emprendimientos en sectores tradicionales que requieren fuertes inversiones iniciales; que la cultura local (la valoración social de la carrera empresarial) y las metodologías y contenidos del sistema educativo no operan como mecanismos generadores de motivación y competencias para que las personas opten por una actividad empresarial. Este aspecto se refuerza por el escaso desarrollo en la sociedad de relaciones colaborativas, que de acuerdo a los casos analizados en el trabajo, juegan un rol clave en la creación de nuevas firmas.

El acceso a mano de obra calificada, servicios de infraestructura y servicios de consultoría especializados, no constituye un problema para el nacimiento de nuevas firmas en Argentina, más bien algunas características personales, tales como necesidad de logro, necesidad de control, propensión a tomar riesgo, orientación al pensamiento más intuitivo y a la acción, autoconfianza y optimismo, resultan fundamentales como elementos asociados a la adquisición de la motivación para crear una empresa. Así como también los conocimientos técnicos y la experiencia empresarial previa, constituyéndose en factores determinantes de la disposición a actuar de los nuevos empresarios. Una vez que la empresa nace las capacidades gerenciales se vuelven críticas para el éxito empresarial. Así como en el caso de las redes empresariales, las características mencionadas tienen una influencia positiva en cada uno de los casos analizados en este trabajo.

Por último, se hace referencia a un factor que incide negativamente en la creación de empresas es el marco regulatorio y los trámites engorrosos que, a más de la pérdida de tiempo que ocasionan, requiere de recursos económicos, por lo que los empresarios enfrentan elevados costos directos e indirectos para formalizar su actividad empresarial.

C. Actitud emprendedora: ¿Qué es? ¿De qué se compone?

En esta investigación se identificó cómo se constituye la actitud emprendedora en estudiantes universitarios, de lo que se obtuvo como resultado que esta cualidad está compuesta por cinco dimensiones, producto de un análisis netamente con factores psicosociales, tales como: sentido crítico de la responsabilidad, motivación al logro, autoeficacia para la construcción del trabajo, resiliencia en el cumplimiento de las metas, percepción de las oportunidades de negocio.

Se destaca en el referido estudio los factores de orden psicosociales, que constituyen el motor para que los individuos incursionen en actividades productivas y se sientan involucrados en el proceso de desarrollo económico. Además se menciona que la formación del ser humano debe contribuir a potenciar cualidades que están latentes en su accionar, pero que deben ser perfeccionadas en lo cognitivo, con fines de prepararlos para desenvolverse en el campo empresarial. Y por último se concluye en que existe la necesidad de formar profesionales creativos e innovadores para enfrentarse a las necesidades del entorno (Fontaines-Ruiz, Palomo de Rivero, Velasquez, & Aguirre Benalcázar, 2016).

D. Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia

Taxis, Ramírez y Aguilar (2016) en su trabajo ***“Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia”*** analiza la posibilidad de supervivencia de las microempresas de base social del estado de Baja California, que superen los tres primeros años de funcionamiento o puesta en

marcha. Se apoya en la teoría de la empresarialidad que plantea que durante este período las empresas se ponen en peligro de desaparecer.

Se destaca en esta investigación características que predominan tales como: las microempresas con mayores posibilidades de supervivencia son aquellas que los microempresarios poseen niveles de educación básica, de estado civil casado y genera el 50% o más del ingreso familiar. En cambio los empresarios que tienen mayor grado de escolaridad presentan la menor probabilidad de mantenerse en su empresa.

Además la investigación demuestra que la relación existente entre las empresas de base social con los emprendimientos por necesidad. “Por lo que los hallazgos resaltan la importancia de fortalecer a las microempresas originadas en contextos adversos.” (Taxis Flores, Ramírez Urquidy, & Aguilar Barceló, 2016)

E. Otros trabajos

Kantis (2011) en el texto **“Corriendo fronteras: para crear y potenciar empresas”**, se refiere a que para plasmar las ideas se requiere poseer las energías y capacidades suficientes para enfrentar los desafíos que se presentan en el accionar diario del emprendimiento.

Sostiene además, que la motivación es fundamental en la creación de empresas, así como también las competencias requeridas para poner en práctica.

“No alcanza con querer, por más fuerte que sea el deseo. Para lograrlo es clave tener el cerebro y los músculos necesarios, algo que los seres humanos no traemos desde la cuna sino que vamos desarrollando a lo largo de nuestras vidas y que, sin dudas, podemos fortalecer a través de la capacitación.” (Kantis H. , 2011, pág. 18)

Para Gutiérrez (2012) en el estudio, el análisis comparativo con países GEM, arroja que el 60,8% de los emprendimientos se desarrollan por necesidad, es

decir para consumo familiar y un reducido 37.6% lo hace por aprovechar una oportunidad, enfatizando que éste último grupo tiene mayores posibilidades de permanecer en el mercado e incluso alcanzar el éxito, lo que influye en el incremento del nivel de empleo y la competitividad a nivel nacional. Otro aspecto que se observa es que del total de emprendimientos, el 57.8% son administrados por mujeres y el 42.4% por hombres. (Gutiérrez Montoya, 2012)

En su estudio Urbano (2006) “La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora”, recomienda utilizar como marco teórico la teoría económica institucional más concretamente, las aportaciones de Douglas North en su obra titulada *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* (1990).

Es bien conocido que la vitalidad de un sistema económico depende en gran medida de las empresas, dado que estas mueven el dinamismo productivo de una localidad, en este sentido la creación de nuevas unidades económicas se refleja como un factor importante en el crecimiento económico de las localidades.

En esta misma temática (Veciana, 2005), hace un análisis de empresas en las comunidades autónomas de España en el período 1996-2001, en donde según su estudio es en las islas Baleares y Canarias en donde se observa mayores niveles de creación de empresas.

Genescá, Urbano , Guallarte, Vergés, & Capelleras (2003) en la naturaleza de las instituciones cita a North (1993) quién menciona que el cambio institucional tiene consecuencias en el desempeño económico y social. Este autor denomina “instituciones” como aquellos aspectos que dirigen el juego y que de una u otra manera se constituyen como factores que tienen marcada incidencia en la aparición de nuevas empresas. Según North (1994) las instituciones pueden ser formales e informales, las primeras hacen referencia a las leyes, normas, reglamentos, mientras que las informales describen

aquellas situaciones que dependen directamente del ser humano y que hacen relación con la conducta, actitud, y valores de los seres humanos.

A decir de este autor las instituciones se definen como las “reglas de juego”, en cambio las organizaciones hace mención a las organizaciones interesadas en impulsar la creación de empresas en donde se visualiza la presencia del emprendedor o gobiernos. Bajo este enfoque se puede apreciar como las instituciones, según la teoría de North influyen en la dinámica empresarial.

Pero qué significa “institución”, es un término relacionado con la creación de empresas, (North et al., 1994), las define como imposiciones ideadas por los seres humanos y limitan interacciones, lo que da a entender que muchas de las circunstancias en torno al tema de emprendimiento se deriva de lo que está escrito en las leyes o que aquellas maneras en que los individuos dirigen o toman acciones según sus comportamientos y que una u otra forma gobiernan el quehacer empresarial.

En lo referente a que como los factores institucionales formales e informales intervienen en la creación de empresas existen amplios estudios que detallan en parte su incidencia, bajo este enfoque (Genesca et al., 2003) efectúa un análisis en torno a esta temática y abarca que se concibe como factores formales aquellos que tengan relación con las medidas gubernamentales, en torno a todo lo que tenga que ver con las leyes que intervengan tanto para la creación así como para la regulación de sistemas tributarios; así mismo destaca que los programas que tengan la finalidad de estimular el crecimiento empresarial están encasillados en esta dinámica, en su publicación prácticamente se visualiza los estudios llevados a cabo en relación a los factores informales en donde se señala a Cooper y Jimeno en el año de 1992 y Veciana 1988.

En el libro de Caballero (2006) el autor hace una relación interesante frente al accionar del individuo y los factores institucionales que le rodean. Menciona que,

“El individualismo institucional es una vía media promisorio para la investigación en historia económica, pues pone al individuo en el centro de atención al tiempo que incorpora las reglas institucionales en la explicación de las interacciones humanas. Los individuos y las instituciones se entrelazan en el individualismo institucional, en una síntesis que se puede resumir en las tres proposiciones siguientes: a) Sólo las personas pueden perseguir metas y promover intereses; b) las reglas formales e informales que inciden en las interacciones entre personas son parte de las variables explicativas, c) los cambios institucionales son siempre el resultado de la acción colectiva o independiente de algunas personas, y siempre ocurren en marcos institucionales más amplios”. (Caballero, 2004, pág. 148)

Así mismo, en el estudio de Viego, Valentina. (2004). *Empresarialidad e instituciones: dos nuevas perspectivas del análisis regional contemporáneo*, en el tema 3. Factores que inciden en la empresarialidad, se menciona que el punto de partida de las distintas aproximaciones es el reconocimiento de que la conducta (individual o colectiva) se encuentra en el centro del proceso de desarrollo. En otras palabras, son los agentes (a través de sus acciones) los que hacen que el desarrollo ocurra. (Viego, 2004)

Otro trabajo investigativo, estudia la creación de empresas por parte de los jóvenes en las zonas rurales de Andalucía, claramente identifica las actitudes y motivación de los jóvenes al momento de emprender, allí prácticamente se visualiza el estudio en lo concerniente a los factores informales. (Fernández Manuel y Ruiz Jorge, 2006)

En la investigación realizada en Chile, señala que cómo fomentar el emprendimiento es una cuestión para países de la OECD (Sanyang &Huang, 2009) por cuanto está aceptado que hay una relación entre crecimiento económico y emprendimiento (OECD, 2003). (Mancilla Claudio, Amorós Ernesto, 2011). Las principales contribuciones de este estudio indican que en Chile, cuando un individuo percibe miedo social al fracaso su probabilidad de emprendimiento disminuye, mientras que cuando tenga presencia de rol models esa probabilidad aumentará. Estos hallazgos son relevantes puesto que contribuyen en diferentes ámbitos. De un lado, cabe señalar las implicaciones académicas, que, sobre la base de nuestros resultados, contribuyen a aportar evidencia empírica respecto al impacto de variables socio-culturales sobre el emprendimiento en un país latinoamericano.

Otro ámbito donde los resultados también generan implicaciones es para los agentes relacionados con la generación de políticas (policy-makers) y para los agentes relacionados con la promoción directa del emprendimiento. En el caso de Chile, este es un país, que posee una serie de políticas y mecanismos que propician y fortalecen el emprendimiento, como financiamiento, transferencias de conocimiento y tecnología, formación, entre otros aspectos. Los hallazgos de este trabajo, permiten sugerir que estos agentes (policy makers y promotores del emprendimiento) propicien una mejora de las condiciones del entorno social de las personas porque se demuestra que influye directamente sobre la creación de empresas.

Concretamente, se sugiere que se propicie el hecho de que la sociedad vea e internalice el fracaso empresarial, si es que existiese, como parte del aprendizaje de un proyecto emprendedor, de tal forma que los individuos logren no percibir y/o disminuir tal miedo al fracaso. Esto, con el fin de fortalecer la actividad emprendedora en el país.

Con respecto a los role-models, los hallazgos permiten sugerir a los mismos agentes que generen condiciones y propicien mecanismos para que individuos que no son emprendedores tengan un contacto social directo con otros nuevos emprendedores; y que este contacto social genera un cambio cognitivo en los individuos.

Taxis et al. (2016) en el análisis de la posibilidad de supervivencia de las microempresas de base social del estado de Baja California, los autores estudian diversos escenarios y se centran en la posibilidad de que las microempresas superen los 3 primeros años de operación en el mercado. Alegan de que la teoría de la empresarialidad señala que los tres primeros años son los más susceptibles a desaparecer.

Los resultados obtenidos, demuestran que las microempresas tienen mayores opciones de perdurar en el mercado cuando los propietarios o microempresarios poseen un nivel básico de educación, tienen estado civil casado y generan el 50% o más del ingreso familiar; así como también

asegura que estos emprendimientos surgen por necesidad. Por lo que manifiesta que se debe potenciar su crecimiento. (Taxis et al., 2016).

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. El Proceso Emprendedor

El Proceso Emprendedor es aquel proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades (Urbano David y Toledano Nuria, 2007). Es por tanto, el núcleo de cualquier iniciativa. Se puede considerar algunos elementos o fuerzas centrales en todo proceso, como los siguientes: (1) la oportunidad de negocio, (2) los recursos necesarios para su aprovechamiento y (3) la figura del empresario o equipo fundador.

El proceso emprendedor suele comenzar con la detección de la oportunidad de negocio. De ahí, que su importancia sea equiparable a la del talento o capacidad del empresario o equipo fundador, e incluso superior a la de los recursos iniciales. El empresario, o el equipo, tendrá que hacer malabares con todos estos elementos, dentro de un entorno cambiante como el que caracteriza el contexto actual. Pero, en cualquier caso, no podemos olvidar que la oportunidad de negocio es el primer elemento a tener en cuenta en el proceso emprendedor. De este modo, la forma, el tamaño y el alcance de la oportunidad condicionará sustancialmente la forma, el tamaño y las características del empresario o equipo que aproveche y explote, y de los recursos necesarios para hacerlo. Todos estos elementos deben estar equilibrados e integrados de forma complementaria a lo largo de todo el proceso emprendedor. En este sentido, tenemos también que apuntar que dicho proceso se caracteriza por su especial dinamismo, por lo que lo habitual es que con el tiempo se produzcan modificaciones importantes. Por ello, las personas que perciben el cambio como algo natural son más capaces de

digerir los riesgos y, en consecuencia, tienen mayor probabilidad de alcanzar el éxito. El contexto dinámico, la ambigüedad y el riesgo deben, por tanto, considerarse los aliados en todo el proceso emprendedor, pues son los elementos que siempre lo acompañan.

2.3.1.1. La oportunidad de negocio

En el proceso emprendedor se ubica a la oportunidad de negocio. Empresarios de éxito mencionan que no siempre una buena idea es una buena oportunidad, frente a esta circunstancia conlleva a evaluar distintos aspectos ante una oportunidad, frente a tales circunstancias unas buenas preguntas serían:

¿Es un aspecto relevante la demanda de mercado?. ¿Es sencillo captar compradores?

¿Las barreras de entrada impiden el acceso a nuevos emprendimientos?

¿El mercado esta fragmentado?

¿Existen proveedores que vendan a bajo costo?. (Urbano et al., 2007)

2.3.1.2. Los recursos.

Una de las ideas más extendidas en el contexto de la actividad emprendedora hace referencia a la importancia que tienen los recursos, especialmente económicos, para la puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial. Sin embargo; como hemos visto, “el dinero” no es lo único importante en el proceso emprendedor. Es más, se ha demostrado que llevar a cabo dicho proceso pensando de forma especial en los recursos económicos puede constituir un gran error. Por el contrario, la realidad ha puesto de manifiesto que las buenas oportunidades dirigidas por un potente empresario o equipo fundador atraen el dinero. Además, en la actualidad existen muchas medidas

de apoyo, sobre todo financieras, que facilitan en cierto modo la puesta en marcha de los nuevos proyectos.

A esto hay que unir el hecho de que los empresarios más exitosos han sido capaces de idear creativas estrategias para conseguir los recursos necesarios con el menor coste. Así pues, el objetivo en relación con los recursos económicos no es tanto el tratar de controlarlos, sino más bien el de minimizarlos y saber utilizarlos.

De forma muy sintética, junto a los recursos económicos, son los recursos humanos, los físicos o tangibles y los intangibles (como la información) los que completan el apartado de recursos necesarios para desarrollar el proceso emprendedor.

2.3.1.3. *La planificación del proceso emprendedor*

En el mundo emprendedor la planificación es algo inevitable. Es un paso más por el que debe de pasar toda persona que desee poner en marcha su idea de negocio. Es además, un requisito básico, si para el desarrollo del proyecto o empresa se desea obtener financiación ajena, pues en la mayoría de las entidades financieras, y en todas las administraciones públicas que gestionan algún tipo de apoyo financiero, demandan un plan que sintetice y justifique su futura viabilidad. Sin embargo; tenemos que aclarar que la planificación en ningún momento garantiza el éxito del proyecto. Lo máximo que puede hacer es clarificar las ideas al propio emprendedor y, en la medida de lo posible, anticiparse a las posibles alteraciones que con toda seguridad ocurrirán durante el desarrollo del proceso al principio, y durante el ejercicio de la actividad después. En definitiva, un plan no es garantía de éxito, aunque sí ayuda a su obtención. En este apartado trataremos algunos aspectos clave, primero a nivel general, y posteriormente referidos a la planificación de un nuevo proyecto o empresa (Urbano et al., 2007).

2.3.1.4. *El emprendedor y el empresario.*

Teóricamente, la economía convencional, como primera disciplina que comenzó a preocuparse por la figura del empresario, lo concibe como alguien racional y que toma decisiones en el ámbito económico para aumentar sus propios beneficios. Posteriormente, una de las perspectivas de las ciencias sociales lo concibe como un individuo que, con determinadas características, lo hacen distinto al resto y en el ámbito económico es capaz de generar una empresa. Uno de los motivos por los cuales en los últimos quince años ha habido mayor énfasis en esta perspectiva, es porque se asociaba la capacidad de emprender, con las condiciones personales apropiadas para crear empresas y/o hacer que las ya existentes fueran más eficientes e innovadoras para beneficio del empresario, a la luz de las características que ostentan los empresarios exitosos. (Rusque, 2005).

2.3.1.5. *Emprendedor y capital social*

Actualmente vemos que se han desarrollado otros referentes para concebir la capacidad emprendedora, ya que no se trata sólo de crear un alto número de empresas sino que se trata de que sobrevivan en condiciones competitivas. Es así como se ha llegado a entender al emprendedor, más que como un creador de empresa, como un innovador cultural, en una interesante concepción de Fernando Flores (2000) quien distingue claramente el emprendedor del empresario. Además, en uno de los aportes que hace Lamolla (1999), subdivide en dos grandes temas el estudio sobre el emprendedurismo, los que han tenido un desarrollo secuencial en el proceso de creación de una teoría del emprendedor. El primero se centra en el estudio de las características y habilidades personales de los emprendedores, sobre todo del área privada para que sus empresas fueran más eficientes e innovadoras. El segundo, es el de la capacidad de emprender, pero como función social, la que es propia de una sociedad, y que va más allá de la

capacidad individual. Pasa a ser una capacidad, en principio grupal, casi siempre vinculada a las organizaciones.

El capital social se ha definido como “las características de la organización social, por ejemplo, la participación, las normas, la reciprocidad y la confianza en los demás, que facilitan la cooperación en beneficio mutuo” (Putnam, 1994). Es un concepto que ha llamado la atención de investigadores, políticos y economistas. En la sociedad existen relaciones significativas entre los niveles de capital social, así como indicadores positivos de sanidad, educación, crecimiento económico, delincuencia y eficacia de las instituciones oficiales, por citar algunos.

2.3.2. Instituciones y organizaciones: desarrollo organizacional y desarrollo institucional.

Un buen punto de partida para nuestro análisis es la distinción formulada por Hayek entre organizaciones y orden social (“taxis” y “cosmos”), pero considerando a las instituciones como las estructuras básicas del orden social (Hayek, 1985, volumen I). Instituciones y organizaciones pertenecen a planos diferentes: las instituciones son el propio orden social, pertenecen al plano de la sociedad; en cambio, las organizaciones, junto con los individuos, son los elementos componentes o actuantes en dicho orden social. (Rodríguez González, 2010) cita a Prats (2009) expresa que las instituciones y organizaciones son órdenes de connotaciones diferentes, en el primer caso tienen el fin de contribuir a la consecución de objetivos particulares de las personas, pero que como tales o tienen fines específicos, mientras que en el segundo caso las órdenes se determinan por los individuos y los recursos disponibles, establecidos para alcanzar a conseguir la materialización de los objetivos particulares y específicos. En su conjunto las órdenes, instituciones y organizaciones son sistemas normativos, empero las reglas institucionales y las pautas organizacionales son diferentes, es así que instituciones y organizaciones son el resultado de la acción humana y son parte de la razón

y de la ciencia, más no de la religión ni de la naturaleza. Ambas son fruto de la “convención”, aunque de convenciones enteramente diferentes

Sabiendo que organizaciones pueden indagar diseñar, construir y cambiar por métodos y técnicas que son parte del “racionalismo constructivista”, lo cual resulta inapropiado para las instituciones; principalmente porque las grandes instituciones que constriñen y facilitan a la vez nuestras vidas (desde el lenguaje hasta las instituciones del Estado de Derecho) resultan de un largo proceso de interacción histórica. Podemos influir u orientar el cambio institucional de tal manera que se pueda orientar e influir la acción colectiva. . (Prats J. , 2001)

El cambio institucional no se determina por ninguna supuesta ley histórica, tampoco obedece a una planificación inevitablemente incompetente. Las teorías del fatalismo histórico consideran que el futuro de la sociedad se puede planificar y conspirar, lo cual es erróneo.

Las instituciones son humanas no en el sentido de que han sido conscientemente construidas por determinados hombres y mujeres, sino en el de que los hombres siempre podemos valorarlas y modificarlas, que es lo mismo que decir que la responsabilidad por su vigencia es sólo nuestra.

Las instituciones son el principal patrimonio de cada sociedad, las mismas que se constituyen como el principal determinante del tipo de organizaciones e interacciones reconocidas a la libertad del individuo en cada sociedad. La eficiencia y la equidad de un orden social están condicionados según el sistema institucional y, están subordinados a la calidad de sus organizaciones. ¿Por qué personas de alta competencia intelectual y moral no rinden en un país y sí en otro? La respuesta a esta interrogante está dada en el sentido de que las personas se adecuan al medio el cual no necesariamente depende de las competencias personales, sino más bien del conocimiento y cumplimiento de las normas institucionales.

Esta sabiduría común se corresponde con el revivir del institucionalismo en las ciencias sociales. Ahora nos interesará destacar la correspondencia entre sistema institucional y desarrollo económico y social, apoyándonos para ello en los planteamientos de North, que es quien ha formulado el modelo teórico neo-institucionalista más completo que conocemos. North ha formulado la distinción entre instituciones y organizaciones como el supuesto conceptual básico para la comprensión de la historia económica y, consiguientemente, para la formulación de una teoría del desarrollo históricamente fundada. Las instituciones son, para él, las reglas del juego o las constricciones convencionalmente construidas para enmarcar la interacción humana en una sociedad determinada. Las instituciones son normas, pero no son la “legislación”.

North se limita a diferenciar las instituciones formales de las informales, insistiendo en la importancia idéntica de unas y otras, pues lo que cuenta, al final, no son las “leyes” formalmente vigentes, sino las pautas de comportamiento interiorizadas por los individuos en su proceso de adaptación al orden social.

En consecuencia, investigar el sistema institucional de un país es tarea que excede, con mucho, el estudio de sus instituciones formales, ya que exige el averiguamiento de las convicciones, valores, principios o creencias que pautan el comportamiento real, determinan la interpretación de las normas formales, las completan o hasta producen in extremis su inaplicación. En conclusión, quien no conoce las instituciones informales no puede pretender conocer un país. Y sólo los locos u oportunistas pueden pretender ayudar a cambiar lo que no conocen. La dificultad está en que uno de los efectos del subdesarrollo consiste en bloquear o censurar con más fuerza la emergencia o visibilidad de lo informal.

Las instituciones son importantes porque de ellas depende en gran medida la estructura de incentivos de la interacción humana. Los sistemas institucionales difieren entre sí por el tipo de comportamientos individuales y organizativos que incentivan. Los incentivos que influirán el comportamiento

de los individuos y las organizaciones y, al final, el rendimiento global de la sociedad, no son los mismos en Haití, en Cuba, en Chile o en Estados Unidos. Plantearse el desarrollo institucional equivale a plantearse el cambio del sistema de incentivos vigente en una sociedad. En otras palabras, el potencial de eficiencia económica y equidad social de cada sociedad viene en gran parte determinado por la clase de conformación institucional en ella vigente. Y toda mejora de eficiencia y equidad que desborde el potencial y no se corresponda con el avance institucional requerido, está condenada de antemano al fracaso inmediato o a la fugacidad de resultados.

Pero la interacción humana y el correspondiente sistema de incentivos, no sólo viene condicionado por las instituciones, las organizaciones también son muy importantes en este sentido. En efecto, la interacción humana no sólo viene influida por las reglas del juego sino por los equipos u organizaciones que están en él.

2.3.2.1. Factores sociodemográficos: Educación.

La educación se asocia con la creación de empresas, en el razonamiento de que individuos con un nivel de formación alto son más propensos a consolidar empresas exitosas. Fue Becker (1964) quien adelantó la idea de que el factor educación es un aspecto importante en el análisis económico, tratando a este factor como un indicador del capital humano en la explicación del comportamiento de los individuos para la creación de empresas. Así mismo, estudios recientes han encontrado que individuos con un nivel de formación elevado tienen más probabilidades de iniciar un negocio, ya que éstos tienen una amplia base de conocimientos que les permite percibir más fácilmente las oportunidades de negocio (Bosma y Thurk 2001; Arenius y De Clercq 2005) y resolver mejor los problemas que se generen en la empresa (Cooper, Gascon, y Woo, 1994). Existen algunos estudios que muestran la participación de la mujer en la educación superior, incluso ellas han llegado a rebasar a los hombres y se han inscrito en carreras atribuidas al género masculino; sin

embargo, dichos estudios se enfocan más a estudiar por ejemplo disciplinas económico-administrativas como administración y contabilidad, lo que naturalmente les da más posibilidades de convertirse en empresarias (Zabludovsky, 2007). Por su parte Aponte (2002) muestra en sus resultados que no existe influencia entre la educación y la deseabilidad de emprender, sin embargo, confirma la influencia entre la educación y la viabilidad, pues resulta más fácil emprender para las personas con licenciatura.

El mismo estudio demuestra que existe influencia entre la variable educación (nivel educativo) y la intencionalidad de emprender. (Escamilla , Caldera y Ortega, 2012).

2.3.2.2. Factores sociodemográficos: Edad

Para (Cancino, Coronado, & Farias, 2012) su investigación muestra que la experiencia de los emprendedores es clave pues su estudio denota que la edad de los creadores de nuevos negocios fue superior a 40 años. Mientras que (Correa Correa, Delgado Hurtado, & Conde Cardona, 2011) describe que los profesores expertos que dictan la cátedra de emprendimiento tienen una edad promedio de 41 años, en el caso de las mujeres se detecta una relación directa entre la edad y emprendimiento, pues a más edad el número de negocios se incrementa (Elizundia Cisneros, 2015), mientras que (Leiva, Alegre, & Monge, 2014) señala que la edad promedio de los emprendedores de empresas internacionales está entre los 25-34 años.

2.3.2.3. Factores de capital social: Conocer a otro empresario.

Generar procesos de innovación para un emprendedor se activan a través de la participación de grupos asociativos en redes empresariales (Grueso, Gómez, & Garay, 2011), el capital social juega un papel importante para un

emprendedor a sus inicios, pues los contactos y relaciones de amistad son aliados para la fundación y obtención de los primeros negocios (Román Castillo & Smida, 2009); la apropiación de conocimientos se gesta por medio de las relaciones sociales (Bojica, Ruiz & Fuentes, 2012).

2.4. Marco conceptual o Glosario.

Emprendedor.- Es “una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que la hace) para encararla”. (Freire, 2004).

Olmos (2007) cita a Hisrich y Peters (2002) al expresar que un emprendedor es alguien que combina recursos, trabajo y materiales, mientras que Aguilar (2014) sostiene que es una persona que abre nuevos caminos, toman riesgos, por su parte Martín (2008) expresa que se caracteriza por estar en la búsqueda de situaciones nuevas, así como también es un individuo que tiene capacidad de adaptación e iniciativa (Expansión, 2012).

Aunque si bien no existe una definición concreta sobre el término, características como la flexibilidad, el dinamismo, creatividad, orientación hacia la aventura y el riesgo, sirven para describir muy bien el perfil que observará la persona emprendedora.

Emprendimiento.- La concepción de emprendimiento es entendida como un proceso humano de creación y/o transformación de opciones de negocios que le den valor agregado a productos o servicios dentro de un determinado contexto social, político y económico (Fontaines-Ruiz. et al, 2016). Un emprendimiento demanda de un emprendedor con características como: pasión por la idea, búsqueda de conocimientos aunado a la persistencia y organización (Ecosistema Emprendedor, 2013).

Factores institucionales.- Douglas North, definió las instituciones como “las reglas de juego en una sociedad, constituidas por condicionamientos formales (leyes, reglas), por condicionamientos informales (normas de conducta, códigos de comportamiento, convenciones) y por sus respectivos poderes de coacción”. Son estas reglas y la interrelación entre las organizaciones políticas, económicas y sociales las que determinan los denominados “costos de transacción” asociados a cualquier acción o contrato económico. Y es en función de esos costos –y de la búsqueda de su optimización– que, según este enfoque, se define la asignación de los recursos. Ese entramado de “instituciones” y la forma peculiar en que está repartido en nuestra sociedad el “poder de coacción” que señala North, muchas veces termina por ser un obstáculo a la asignación óptima de los recursos y al propio desarrollo del país (Viteri. et al, 2010).

Proceso emprendedor.- Es el proceso involucra desde la identificación de la oportunidad de negocio hasta el desarrollo de la nueva empresa (Ramos Ruiz, Moreno Coello, & Gómez Núñez, 2012). Requiere contar con fuertes capacidades para tolerar la ambigüedad e incertidumbre en el medio de los negocios (Kantis & Drucaroff. et al, 2011).

Gestación del proyecto.- Es la fase inicial del proceso emprendedor, que comienza con la generación de ideas innovadoras, con la búsqueda de información y sobre todo con la motivación y el deseo de crear una empresa, de generar recursos o utilidades que permitan subsistir con dignidad al ser humano y contribuir al desarrollo socioeconómico de una localidad.

Esta fase inicial considera factores claves como el sistema educativo, la estructura y dinámica del sector productivo, capital social y las redes de contactos. Se caracteriza porque el ser humano asume una actitud positiva, es el momento en el cual el emprendedor comienza a sentirse motivado por la idea de ser empresario, identifica en forma preparatoria una oportunidad comercial que podría convertirse en un concepto de negocio y efectúa las actividades preparatorias del proyecto empresarial (Viteri. et al, 2010).

Puesta en marcha de la empresa.- Esta etapa incluye el proceso de decisión final sobre el inicio de la empresa y las actividades necesarias para conseguir y organizar distintos tipos de recursos esenciales, tales como información, tecnología, fondos, capital humano y materiales para lanzar el emprendimiento. La decisión final de poner o no en marcha una empresa implica asumir los riesgos asociados a la actividad empresarial y puede depender de una amplia gama de factores tanto económicos como no económicos (Viteri. et al, 2010).

Desarrollo inicial de la empresa.- Esta fase del proceso emprendedor, comprende los primeros tres años de existencia de las empresas, tiempo de prueba que indica si es factible mantenerse en el mercado. Período en que le toca enfrentarse a los desafíos de penetración en el mercado, superar las barreras y demostrar su capacidad de gestión del negocio. En este período el emprendedor identifica los principales problemas, como enfrentar la competencia y el acceso a los recursos necesarios, en busca de mejorar su empresa creada. El desarrollo tecnológico ofrece el uso de las redes sociales, comerciales e institucionales en la supervivencia de las nuevas empresas y sobre todo contribuyen a la conquista de los mercados locales e internacionales. (Viteri. et al 2010).

CAPITULO III.

METODOLOGIA

Para iniciar este capítulo, es necesario señalar que el método con el cual se desarrolla la investigación, depende de los paradigmas filosóficos y epistemológicos que existen en torno a la temática y de la corriente de pensamiento que posee el investigador, así como también del objeto de estudio que se pretende abordar (Bernal, 2006).

En la presente investigación la metodología utilizada es de tipo exploratoria, descriptiva e inferencial, aplicando una estrategia de investigación mixta, es decir, usando técnicas cualitativas y cuantitativas para encontrar información relevante al proceso investigativo. Las cualitativas se llevaron a cabo a través de entrevistas abiertas, no estructuradas y no estandarizadas, a empresas del sector comercio. Aquí lo que importa es la opinión del entrevistado, su perspectiva y, por ende, la subjetividad que el individuo brinda en el conocimiento que nos está compartiendo. Las entrevistas realizadas a las organizaciones participantes en este estudio dependieron del acceso y de la pertinencia que tienen cada una de ellas, tomando un total de 50 empresas de la base de datos.

Referente a la técnica cuantitativa, se aplicaron encuestas con un contenido de 20 preguntas cerradas de acuerdo a una escala de Likert y en función a la

operacionalización de las variables. Previo a la aplicación del instrumento, se hizo una prueba binomial (esta prueba es de tipo no paramétrica) para verificar la validez de los instrumentos de investigación. Esta prueba verifica cuantitativamente que la mayor parte de ítems tengan una calificación aceptable, tomando en consideración las frecuencias observadas de las dos categorías de una variable dicotómica con las frecuencias esperadas en una distribución binomial con un parámetro de probabilidad explícito, se constata la significancia (o significancia exacta) para cada conjunto de calificaciones.

Usualmente, el parámetro de probabilidad para ambos grupos es 0,5. Para cambiar las probabilidades, puede introducirse una proporción de prueba para el primer grupo. La probabilidad del segundo grupo será la diferencia de la probabilidad especificada para el primer grupo.

Luego de esto, y ya entrando en la aplicación, cada entrevista tuvo un investigador como entrevistador, y la duración estuvo entre los 20 y 40 minutos. Las conversaciones fueron grabadas y, junto con anotaciones (realizadas durante el evento), conforman la información recabada. El proceso seguido para la realización de encuestas no estandarizadas fue¹:

1. Seleccionar las entidades a entrevistar.
2. Coordinar un taller de trabajo.
3. Implementar la entrevista basada en los objetivos de la investigación.
4. Recabar las opiniones y respuestas obtenidas.
5. Transcribir un resumen de las respuestas obtenidas.
6. Analizar las respuestas.
7. Categorizar los hallazgos encontrados.
8. Extraer conclusiones relevantes.

Tras analizar las características del sector comercio en la ciudad de Machala, se decidió que formen parte del análisis todas las empresas reportadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI). El marco muestral se realizó a partir de un

¹ Krueger, R.A. & Casey, M.A. (2000). Focus Groups. A Practical Guide for Applied Research (3ra. Edición). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 206 p, ISBN 0-7619-2070-6.

listado revisado directamente de los registros existentes de cada una de estas organizaciones, actualizado en el año 2015, después de consultar y depurar los datos localizados.

El diseño de la investigación ha respondido a un muestreo aleatorio estratificado, utilizando como criterios de diferenciación el tamaño de la empresa y el giro principal de la misma. El número total de encuestas se calculó según la fórmula correspondiente a este tipo de muestreo sobre la población total, de forma proporcional a los estratos fijados y con unos niveles de variabilidad de $p = 0.6$ y $q = 0.4$, de confianza del 95% y un error del 5.0%, para $Z = 1.96^2$. De esta manera, el tamaño de la muestra aplicada correspondió a 366 empresas pequeñas y medianas del cantón Machala.

En la tabla de operacionalización de las variables se definen de manera conceptual y operacional las variables de estudio de esta investigación. En primer lugar se estableció que el Proceso Emprendedor será considerado como la variable dependiente del estudio, y por consiguiente es importante resaltar que se encuentra definida a su vez por elementos que componen las etapas de gestación, puesta en marcha y crecimiento inicial de una PYME, principalmente aquellos que tengan relación con los Factores Institucionales, aspectos que son tratados como las variables independientes. Estas definiciones se consideran adecuadas debido al análisis empírico del entorno empresarial local en los que se encuentran inmersas las PYMES de la ciudad de Machala.

El instrumento utilizado se validó usando un análisis de confiabilidad de los resultados de la aplicación de la encuesta. Dado que se supone que los ítems considerados están relacionados con cierta magnitud de interés (tendencia de respuesta) que usualmente no se puede verificar de manera directa, se deberían realizar mediciones consistentes (según el tamaño de la muestra), con un nivel de correlación alto entre ellas.

² LIND, D. A., MARCHAL, W. G., & WATHEN, S. A. 2012. Estadística Aplicada a los Negocios y a la Economía. Decimoquinta ed. México; Editorial McGraw-Hill. 864 p.

Desde una perspectiva probabilística, existe un coeficiente que permite cuantificar el nivel de confiabilidad³ de una escala de medida (en nuestro caso, usamos una escala de Likert) para la magnitud de interés que no se puede verificar de manera directa, la cual se elabora partiendo del total de datos contenidos en los ítems analizados. Este coeficiente es el alfa de Cronbach, el cual nos provee una información similar a la que obtendríamos calculando la media ponderada de las correlaciones entre los ítems que forman parte de la escala. El alfa de Cronbach se ha calculado a partir de las varianzas, según la relación:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Teniendo en cuenta que:

S_i^2 = Varianza de cada ítem

S_t^2 = Varianza del total de valores considerados

k = Número de ítems

En caso de obtener un valor de índice de alfa de Cronbach cercano a 1, se concluye que la confiabilidad del instrumento de escala es significativa. Vale destacar que es aceptado que si se alcanzan valores del alfa de Cronbach superiores a 0.7 es relevante la fiabilidad de la escala.

Determinar el alfa de Cronbach partiendo de las varianzas, nos provee los valores de desviación estándar, información que fue usada para categorizar las respuestas obtenidas, luego de obtener los valores modales y medianas. Los datos se categorizaron de acuerdo a una escala de Likert, y debido a esta particularidad es recomendable usar los valores modales para caracterizar los resultados.

El contraste con esta información se lo hace con las medianas, con el fin de visualizar si existe una tendencia central bien marcada en la que el valor modal y la mediana coincidan. Por último, se realiza una ponderación en función a

³ En realidad lo que se mide es el nivel de fiabilidad o de posible irrelevancia de los datos, pero esto nos permite identificar la confiabilidad de los mismos.

las desviaciones estándar en orden ascendente, dado que mientras menor es el valor de desviación estándar es menor la diferencia entre los datos recogidos de la muestra y su tendencia central, por tanto, son más exactos.

Además, fue necesario establecer una medida de la correlación o interdependencia entre las dos variables analizadas, tomando en consideración que para tal fin se ha de usar un coeficiente de correlación no paramétrico libre de una distribución probabilística. Esto se resalta dado que tratamos con variables que se miden principalmente desde una escala de Likert, es decir, que contienen datos categóricos ordinales, requiriéndose para su análisis pruebas estadísticas no paramétricas, bajo el supuesto de que existe una relación de tipo lineal entre al menos un par de variables y que el conjunto de datos de ambas variables están distribuidos normalmente.

En este sentido, el más utilizado es el coeficiente de correlación de Spearman⁴. Para calcular este coeficiente (conocido como ρ o ρ), los datos extraídos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden, posterior a eso se aplica la siguiente relación:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N D_i^2}{N(N^2 - 1)}$$

En donde se entiende que:

D = Diferencia entre cada pareja de datos de las variables (independiente y dependiente)

N = Número total de parejas (suele ser igual al número de datos siempre que no hayan valores perdidos o inexistentes)

Aunque los datos extraídos sean cualitativos, se debe codificar los resultados para poder determinar diferencias entre las variables y posteriormente la relación entre ellas. Esto le da forma de datos de tipo cuantitativo. Entonces, las interpretaciones de los resultados se hace en porcentajes reflejados (de preferencia), para lo cual es muy útil la información en los gráficos, de ahí la necesidad de hacerlo con la ayuda de un software especializado en

⁴ Restrepo, L.F. & González, J. L. De Pearson a Spearman. Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. 2007; 20: 183-192

estadística, como el IBM SPSS Statistics, dado que utiliza diferentes cuadros de diálogo e incluso una guía interactiva para facilitar el ingreso de datos y posterior análisis de los mismos.

Las pruebas de hipótesis se hicieron calculando coeficientes de correlación. En caso de datos ordinales (como valores discretos o enteros presentados en la escala de Likert aplicada) es mejor usar la correlación de Spearman. La interpretación final depende del nivel de significancia con que se vaya a trabajar. Lo recomendable es 0.05 o menor, inferidos bajo los siguientes criterios:

- Correlación nula: menor a 0.095
- Influencia muy baja (al nivel 0.05): entre 0.095 y 0.125
- Influencia muy baja (al nivel 0.01): entre 0.126 y 0.255
- Influencia baja: entre 0.256 y 0.505
- Influencia media: entre 0.506 y 0.755
- Influencia alta: entre 0.756 y 0.905
- Influencia muy alta: entre 0.906 y 0.995
- Correlación perfecta: mayor a 0.995

3.1. Tipo de investigación.

3.1.1. *Según el enfoque*

Esta investigación corresponde al enfoque mixto cuanti-cualitativo, el cuantitativo que se manifiesta a través de la recopilación de datos de los propietarios de las empresas pequeñas y medianas del sector comercial de la ciudad de Machala, con más de tres años de creación, utilizando como instrumento de investigación una encuesta de 20 preguntas con la escala de Likert. Y el cualitativo reflejado a través de la obtención de información mediante una entrevista de 6 preguntas abiertas o de opinión que permitió

obtener diferentes criterios de los empresarios sobre los factores que inciden en el proceso emprendedor.

3.1.2. Según los objetivos.

Es una investigación empírica porque es un hecho que ocurre en nuestra realidad y aplicada en razón que para su desarrollo en la parte teórica conceptual se apoyará en conocimientos sobre las pequeñas y medianas empresas, a fin de ser aplicados a empresarios del sector comercio que laboran en la ciudad de Machala.

3.1.3. Según el nivel de profundidad

El nivel de la investigación es explicativo (Hernández, Fernández & Baptista 2010), ya que se busca conocer los factores causales que revelan el problema de investigación. Existe el interés de identificar los factores institucionales formales e informales que inciden en el proceso emprendedor, desde la percepción de los pequeños y medianos empresarios.

3.2. Diseño de la investigación.

El diseño básico de esta investigación es:

Correlacional- No experimental – Transeccional – Descriptivo.

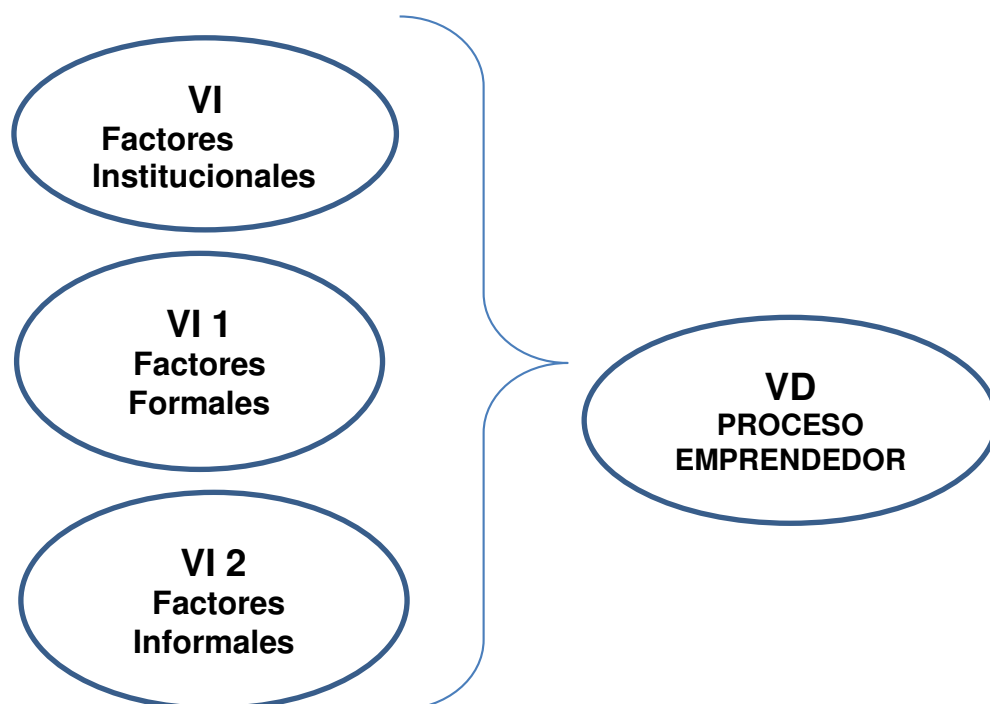
- **Es correlacional**, porque determina la medida en que dos o más variables se relacionan entre sí (Tamayo Tamayo, 2003), y permite aportar con

información explícita al relacionar variables (Toro Jaramillo & Parra Ramírez, 2006).

- **Es no experimental** porque se trata de un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables, esta investigación parte de los emprendimientos que han pasado de tres años desde su creación, y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural es decir, se tomaron las pequeñas y medianas empresas del sector comercio que permitieron indagar sobre los factores que han incidido en cada una de las fases del proceso emprendedor, para después analizarlos y por lo tanto no se harán pruebas (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 149).

- **Es transeccional**, porque “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández et al., 2010) nuestro objeto de estudio va a ser analizado en un tiempo único.

- **Es descriptiva**, porque tiene como fin investigar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población”, (Hernández; Fernández; Baptista 2010; Fontaines 2012; Kerlinger 1987; Campbell y Stanley 1978), se trata de encontrar evidencias de cómo la Variable Independiente **(VI)** Factores Institucionales Formales e Informales repercuten en la Variable Dependiente **(VD)** Proceso Emprendedor, lo que se puede graficar de la siguiente manera:



3.3. Unidad de análisis.

Para la presente investigación, el objeto de estudio se ubica en los pequeños y medianos empresarios del sector comercio de la ciudad de Machala.

3.4. Población de estudio

El universo de investigación está compuesto de **18.828** pequeñas y medianas empresas existentes en el cantón Machala, provincia de El Oro, validadas por el Ministerio de Industrias y Productividad, formalizadas y registradas en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

3.5. Tamaño de la muestra

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), el tamaño de la muestra, constituye una parte de la población que escoge el investigador de la cual espera obtener la información para validar las hipótesis planteadas, en este tema la muestra estará constituida por 366 personas, empresarios del sector comercial del cantón Machala, distribuidos por parroquias, considerando la fórmula para poblaciones finitas por ser menor a 100.000.

$$n = \frac{N (p. q)}{(N - 1) \frac{e^2}{z^2} + p. q}$$

En donde:

n= tamaño muestral

N= tamaño del universo (2010 - 2012)

z= 95% nivel de confianza para una población con distribución normal

p, q= proporciones para un población infinita

e= error muestral

Entonces, el valor de **p** es 0,395 y **q** 0,615 (supuesto de distribución normal, considerando que **p = 0,395** y corresponde al porcentaje proporcional de las empresas que tienen una duración en el mercado de más de 3 años 2010-2012, **7.436 PYMES** de un total de 18.828 del cantón Machala) y la diferencia a **q = 0,615**, el error muestral del 5%. El valor crítico de **z** para un nivel de confianza del 95% es de 1,96. Con estos datos procedemos al cálculo de la muestra, es decir **n**.

$$n = \frac{18.828(0,395)(0,615)}{(18.828-1)\frac{(0,05)^2}{(1,96)^2}+(0,395)(0,615)}$$

$$n = 366$$

3.6. Tipo de muestra.

La muestra fue estratificada por parroquias del cantón Machala (de acuerdo a los modelos estadísticos existentes), tomando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, con la finalidad de obtener mayor información en la evaluación de los datos recogidos, de los empresarios pequeños y medianos.

3.7. Tamaño y distribución de la muestra

De acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista (2010), para determinar el tamaño y distribución de la muestra para cada estrato, se aplicó el método de números índices, mediante la utilización de la fórmula $(n_i = n \cdot N_i / N)$, tomando además la lista de empresas registradas en el SRI, se procedió a determinar el tamaño de la muestra conveniente para cada parroquia del cantón Machala (ver Tabla.3).y, en base a las siguientes características:

1. Por año de creación período 2010 al 2012
2. Por sector comercio
3. Por cantón Machala
4. Por contribuyentes activos

La clasificación de las PYMES, se da en base a las necesidades de la investigación, debiendo sectorizar por parroquias la población universo: Machala, Providencia, Puerto Bolívar, El Cambio, Nueve de Mayo, El Retiro.

Esta es la cantidad mínima de empresas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado, estratificada por parroquias del cantón Machala.

Tabla 3. Distribución muestral de PYMES por parroquias

No	Parroquias	Cantidad Comercio	Porcentaje De Muestra	Cantidad
1	Machala	14605	78%	285
2	La Providencia	1727	9%	33
3	Puerto Bolívar	1214	6%	22
4	El Cambio	617	3,30%	12
5	Nueve de Mayo	529	3%	11
6	El Retiro	136	0,70%	3
	Totales	18828	100%	366

Fuente. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas (2015)

3.8. Selección de muestra.

Para la selección de la muestra significativa en el presente estudio, se fundamenta en lo que manifiesta Hernández, Fernández, Baptista, (2010, p. 177) en una muestra probabilística, porque se hicieron estimaciones de variables en la población, “Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, donde se presupone que esta es probabilística y todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos”.

3.9. Técnicas de recolección de datos.

Se aplicó una encuesta enmarcada en conocer la percepción de una muestra de 366 pequeños y medianos empresarios. El instrumento fue validado por expertos con los siguientes indicadores y criterios:

Tabla 4. Formato de validación de la encuesta por expertos

INDICADORES	CRITERIOS	EXP.01	EXP.02	EXP.03	EXP.04	EXP. 05	EXP.0 6
1.Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado	80%	90%	100%	100%	100%	90%
2. Objetividad	Está expresado en conductas observadas	80%	90%	80%	100%	100%	95%
3.Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	80%	90%	80%	100%	100%	85%
4. Organización.	Existe una organización lógica	80%	90%	80%	100%	100%	90%
5.Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	80%	90%	80%	100%	100%	90%
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.	80%	90%	80%	100%	100%	95%
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.	80%	90%	100%	100%	100%	95%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.	80%	90%	80%	100%	100%	90%
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.	80%	90%	80%	100%	100%	95%
Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.	80%	90%	80%	100%	100%	95%
PROMEDIO	GENERAL	80%	90%	84%	100%	100%	92%

Experto 1: Dr. Espinoza Altamirano Manuel Jorge, PhD
 Experto 2: Dr. Granados Maguiño Mauro Amaru
 Experto 3: Dr. Díaz Llorca Carlos Benigno
 Experto 4: Dr. Barrera Jiménez Ana D.
 Experto 5: Dr. Quintero Charón Gisela C.
 Experto 6: Dr. Ebor Fairlie Frisancho

3.10. Análisis de los datos.

En esta fase de la investigación se procedió a la organización de la información recopilada, –mediante un proceso de tabulación automatizado, con el software estadístico computarizado (SPSS Ver. 20 para Windows).

3.11. Secuencia operativa de la investigación.

Este trabajo investigativo comienza con un aspecto metodológico importante como es la operacionalización de las variables, paso que da las pautas para señalar qué información se requiere de acuerdo a cada variable y de dónde se debe obtener tal o cual dato, es decir que en esta parte confluyen tanto sujeto como objeto de la investigación.

Una vez realizada la operacionalización de las variables, se procede a establecer la segmentación del área muestral, misma que va a permitir la tipificación de las unidades de análisis, que una vez estratificadas estarían listas para dar respuesta a las indagaciones estructuradas en los cuestionarios contruidos para obtener la información requerida.

La aplicación del cuestionario se realizó durante el espacio de un mes a partir de un proceso de visitas a las diferentes pequeñas y medianas empresas y con base en este señalamiento se construyeron luego las bases de datos tanto en SPSS las de naturaleza cuantitativa como en el laboratorio textual la de naturaleza cualitativa.

Desde el punto de vista cuantitativo se procedió a realizar una dinámica de cálculos de estadísticas descriptivas, por cuanto se necesitaba conocer la frecuencia de características de actitudes emprendedoras de los empresarios y desde el punto de vista cualitativo, respecto a los factores que han incidido

en el proceso emprendedor, se estableció la identificación de los núcleos textuales con mayor energía de atracción basado en la frecuencia de uso de las palabras por los hablantes.

Finalmente se procede al análisis de los resultados y a la construcción del informe cuyo detenimiento y especificación se muestra en el siguiente capítulo.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se procede a presentar de forma pormenorizada los resultados encontrados en la presente investigación, en primer lugar lo relacionado a los factores institucionales formales e informales y en un segundo plano el proceso emprendedor. En el caso de la primera parte, relacionado a la presentación de los resultados mediante el uso de tablas y gráficas representativas de la información procesada a partir de la encuesta realizada a 366 pequeños y medianos empresarios del cantón Machala, los mismos que se obtuvieron a partir de la utilización del programa SPSS 20; en un segundo momento se presentan los resultados de las pruebas realizadas a las cuatro hipótesis planteadas.

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

4.1.1. Resultados de la encuesta.- A continuación se presenta el análisis de resultados en su orden, primero los factores institucionales (variable independiente) y luego el proceso emprendedor (variable dependiente), a través de 5 dimensiones que surgieron de la respectiva operacionalización.

4.1.1.1. Características de los empresarios

A continuación se presenta la caracterización del grupo de empresarios de PYMES encuestados.

- Frecuencias de edades por categorías

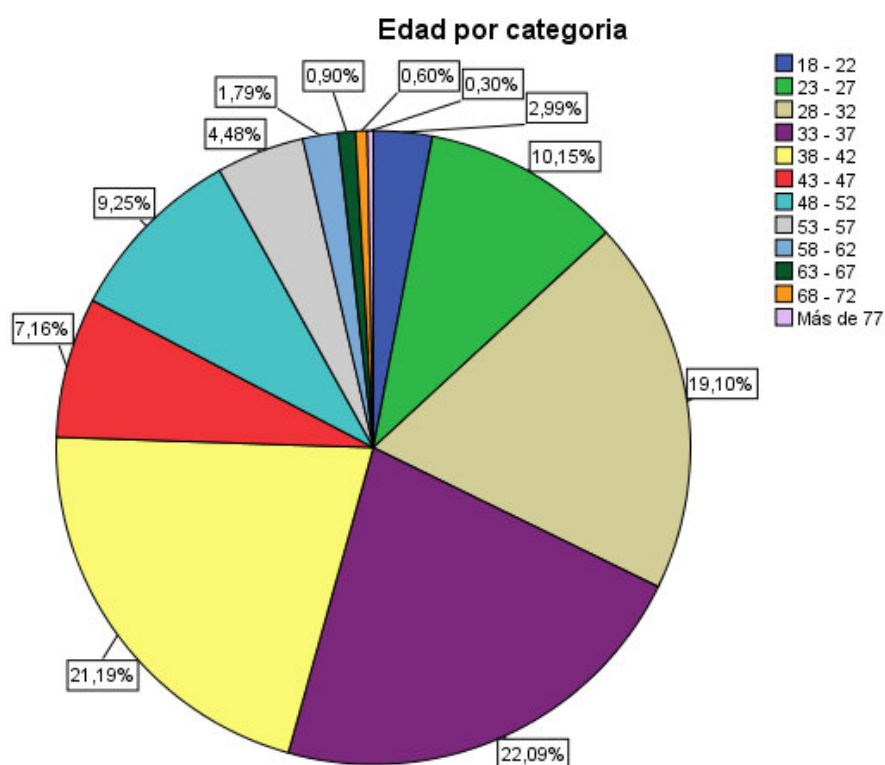
La edad típica es de 35 años (de acuerdo a la marca del intervalo con la mayor frecuencia relativa, que es 33 – 37 años). El género con mayor presencia es el masculino, y el nivel de instrucción de la mayor parte de los encuestados es el pregrado, o instrucción universitaria, licenciatura, ingeniería, entre otras.

Tabla 5. Frecuencias de edades por categoría

		Edad por categoría			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 22	10	2,7	3,0	3,0
	23 - 27	34	9,3	10,1	13,1
	28 - 32	64	17,5	19,1	32,2
	33 - 37	74	20,2	22,1	54,3
	38 - 42	71	19,4	21,2	75,5
	43 - 47	24	6,6	7,2	82,7
	48 - 52	31	8,5	9,3	91,9
	53 - 57	15	4,1	4,5	96,4
	58 - 62	6	1,6	1,8	98,2
	63 - 67	3	,8	,9	99,1
	68 - 72	2	,5	,6	99,7
	Más de 77	1	,3	,3	100,0
Total		335	91,5	100,0	
Perdidos	0	31	8,5		
Total		366	100,0		

Fuente. Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.

Para una clasificación de los empresarios de acuerdo a su rango de edades, se ha considerado que de los 366 datos receptados, en 31 de ellos no se refleja una respuesta, por lo que se tuvo un total de 335 datos válidos para ser tabulados. Los porcentajes más altos se reflejan para personas entre 28 y 42 años (aproximadamente el 62.4% de los datos válidos). Las categorías o intervalos representados parten desde el valor mínimo encontrado (18) e incluye en su primer intervalo a las edades que corresponden normalmente al curso de un pregrado. El segundo intervalo corresponde a las edades típicas en la que las personas egresan de sus estudios de pregrado (entre los 23 y 27 años), y de esa forma, con una amplitud de clase de 5 años se enlistaron 12 categorías.



Gráfica 2. Frecuencias de edades por categoría.

Tanto en la tabla como en el gráfico, se puede visualizar que existe una muy baja participación de empresarios menores a 23 años (sin formación

universitaria) con un porcentaje válido del 3%, y un porcentaje similar es ocupado por las personas mayores a 60 años (esto es verificable usando técnicas simples de interpolación o de regresión lineal). Además se puede constatar que el conjunto de datos sigue una distribución aproximadamente normal con una edad típica de 35 años.

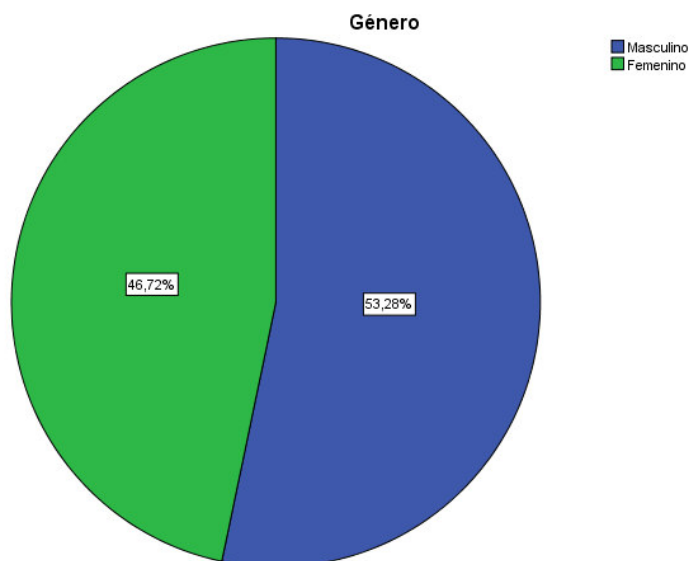
- **Género**

Tabla 6. Frecuencia de clasificación por género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	195	53,3	53,3	53,3
	Femenino	171	46,7	46,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.

Una tabla más detallada del género de los empresarios muestra que la diferencia es mínima, de hecho, para el presente trabajo de tesis, se comprobó que el género no influye en los resultados relativos el proceso emprendedor. Tanto hombres como mujeres tienen una capacidad de emprendimiento que, más que una cuestión de género, tiene mayor representatividad frente a ciertos factores externos o que no se pueden controlar por parte de los empresarios.



Gráfica 3. Clasificación por género

De la muestra de empresarios encuestada, se observa que el 53,28% corresponde a los hombres, porcentaje que supera con un mínimo 6,56% a las mujeres que representan un 46,72%. A pesar de que históricamente se ha demostrado que son los varones que siempre han tenido la iniciativa de crear y llevar adelante una empresa porque son ellos quienes tienen la responsabilidad de mantener las familias. En las últimas décadas tenemos que reconocer que las mujeres han venido ganando un considerable sitio al formar parte de las actividades productivas y que en algunos casos han llegado a superar las expectativas en el campo empresarial. Y la ciudad de Machala, en el sector comercial, evidencia como la mujer ha venido poco a poco ganando terreno en este tipo de actividad y ha demostrado sus potenciales en su desempeño.

- Nivel de instrucción.

Esta característica del grupo de empresarios encuestados corresponde al nivel de estudios que poseen, y los resultados indican que el pregrado es el que señala el mayor porcentaje con un 51,9,7%, seguido del bachillerato con un 36,1% y los demás niveles son poco representativos. Por lo tanto se puede deducir que la preparación de los emprendedores de Machala se ubica en un término medio, porque son muy pocos (8,7%) los que han cursado apenas la

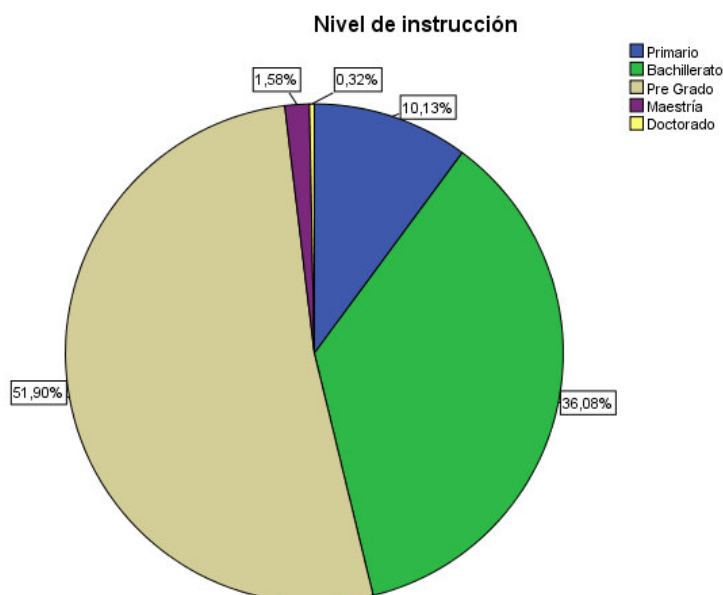
primaria, mientras que el otro extremo, tanto de maestría como de doctorado son un grupo minúsculo (1,7%). Esto amerita concluir que el sector comercio está en manos de administradores con niveles de conocimientos aceptables.

Tabla 7. Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primario	32	8,7	10,1	10,1
	Bachillerato	114	31,1	36,1	46,2
	Pre Grado	164	44,8	51,9	98,1
	Maestría	5	1,4	1,6	99,7
	Doctorado	1	,3	,3	100,0
	Total	316	86,3	100,0	
Perdidos	0	50	13,7		
Total		366	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.

Los empresarios con instrucción de pregrado superan con un 51.9% de datos válidos a todos los otros niveles de instrucción. Combinado con la instrucción secundaria completa (propia de los empresarios jóvenes o que aún se encuentran cursando sus estudios universitarios), representan el 88% de la población.



Gráfica 4. Nivel de instrucción

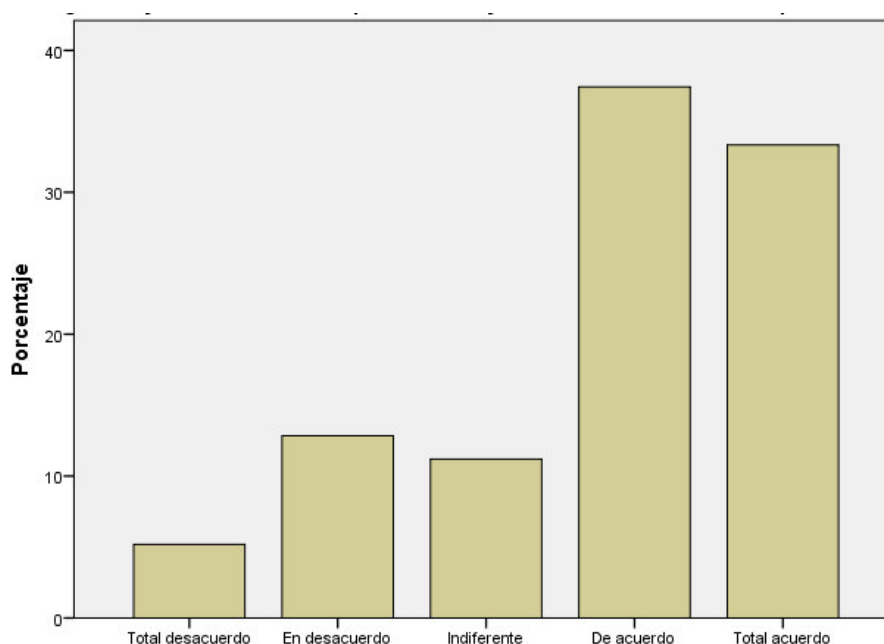
4.1.1.1. Resultados de la dimensión 1. Factores Institucionales: Factores Formales.

- Leyes, reglamentos y políticas públicas

Tabla 8. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	19	5,2	5,2	5,2
	En desacuerdo	47	12,8	12,8	18,0
	Indiferente	41	11,2	11,2	29,2
	De acuerdo	137	37,4	37,4	66,7
	Total acuerdo	122	33,3	33,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 5. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa?

De acuerdo a los resultados obtenidos, desde la percepción de los empresarios se evidencia que el marco legal constituye un factor que incide notablemente en el proceso empresarial, es así que los empresarios responden mayoritariamente en un 70,7%, de acuerdo con un 37,4% y en un%

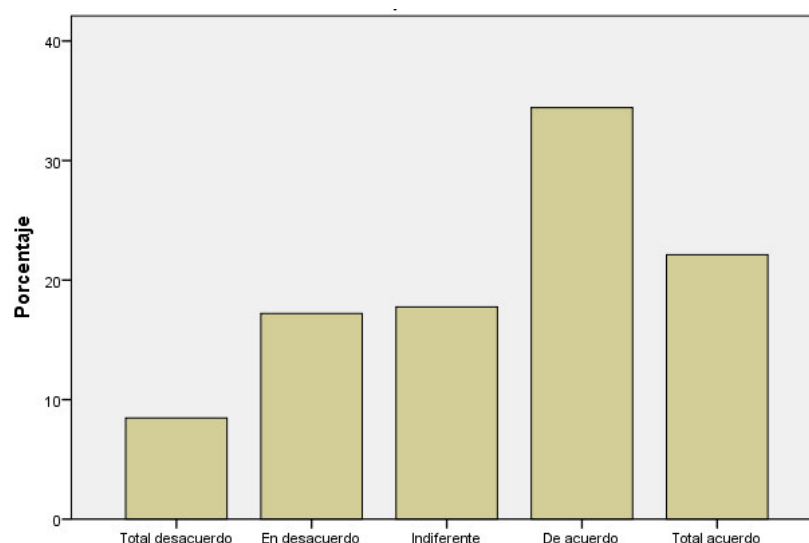
33,3 total de acuerdo; mientras que un mínimo 5,2% manifiesta total desacuerdo.

Políticas públicas

Tabla 9. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	31	8,5	8,5	8,5
	En desacuerdo	63	17,2	17,2	25,7
	Indiferente	65	17,8	17,8	43,4
	De acuerdo	126	34,4	34,4	77,9
	Total acuerdo	81	22,1	22,1	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 6. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa?

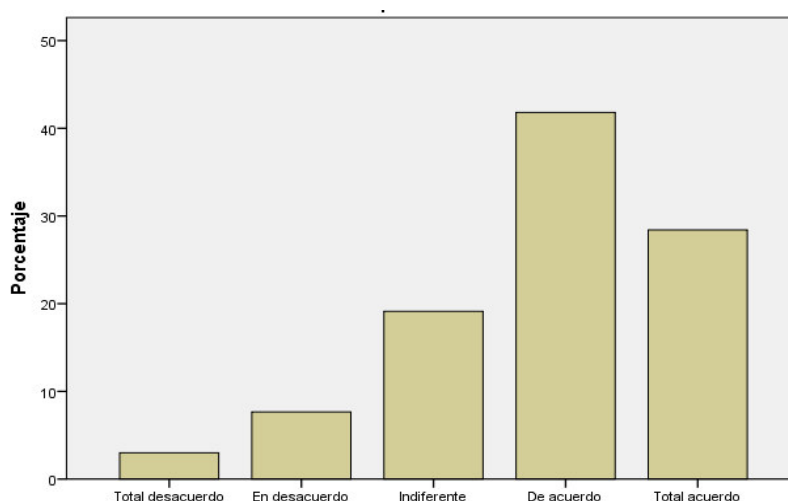
El criterio de los empresarios respecto a estar de acuerdo con las acciones de gobierno o políticas públicas, como un componente que impulsa el avance de una empresa, es medianamente representativo con un 56,5%, y 25,7% que no comparte ese enunciado. Por otro lado un reducido 18,9 le es indiferente este factor.

Instituciones de promoción y fomento.

Tabla 10. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	11	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	28	7,7	7,7	10,7
	Indiferente	70	19,1	19,1	29,8
	De acuerdo	153	41,8	41,8	71,6
	Total acuerdo	104	28,4	28,4	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 7. . ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa?

El 70,2% de los empresarios de las PYMES del cantón Machala, porcentaje representativo, responden que las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa y un mínimo 3% no está de acuerdo totalmente con este criterio.

4.1.1.2. Resultados de la dimensión 2: Factores Institucionales Informales.

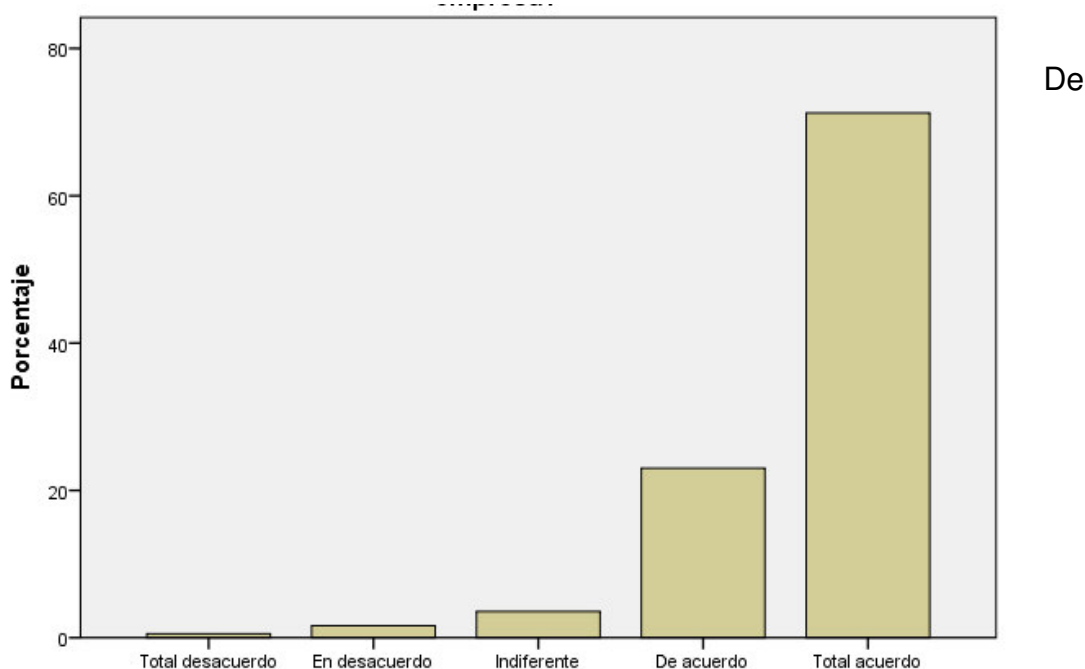
4.1.1.2.1. Actitud emprendedora.

Tabla 11. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	2	,5	,5	,5
	En desacuerdo	6	1,6	1,6	2,2
	Indiferente	13	3,6	3,6	5,8
	De acuerdo	84	23,0	23,0	28,8
	Total acuerdo	260	71,0	71,2	100,0
	Total	365	99,7	100,0	
Perdidos	0	1	,3		
Total		366	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.

Gráfica 8. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa?



acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación de campo, podemos observar que la actitud emprendedora es un elemento preponderante en el

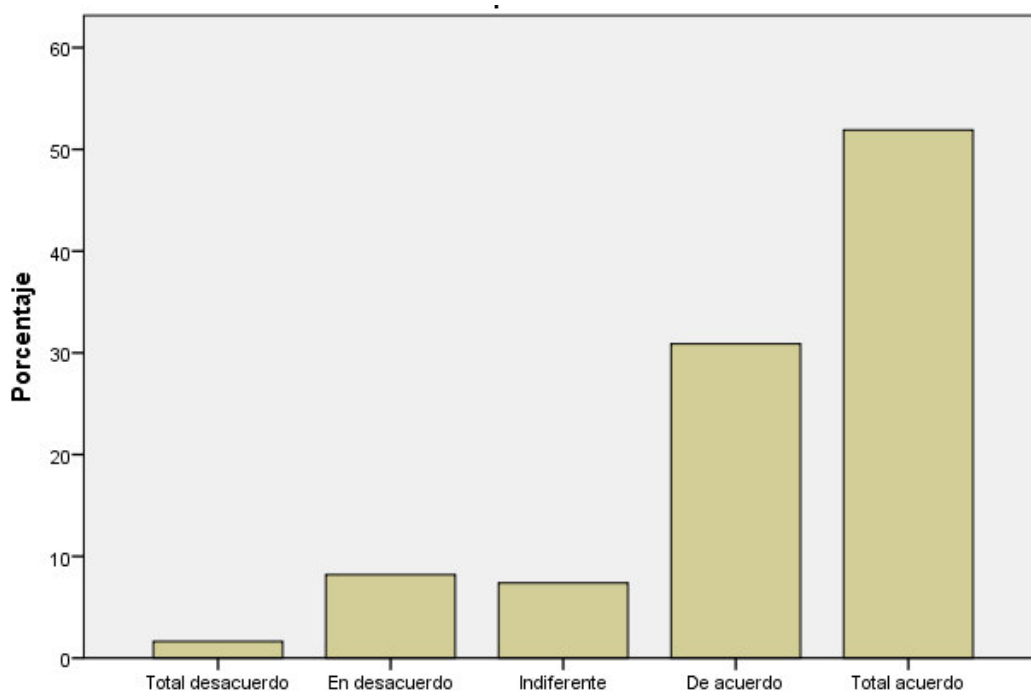
desarrollo de una empresa, desde el punto de vista de la gran mayoría de empresarios (94,0%) que manifiesta estar a favor de este factor.

Formación y capacitación

Tabla 12. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	6	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	30	8,2	8,2	9,8
	Indiferente	27	7,4	7,4	17,2
	De acuerdo	113	30,9	30,9	48,1
	Total acuerdo	190	51,9	51,9	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 9. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa?

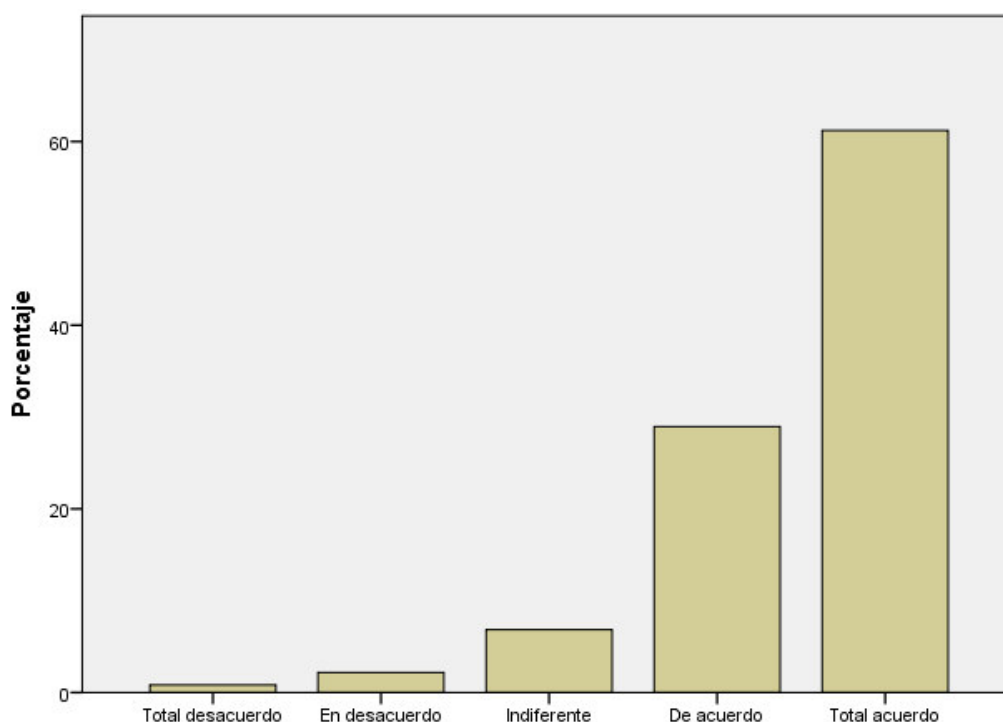
La percepción del empresario machaleño, respecto a la formación académica como factor que favorece el desarrollo de una empresa, es predominante con un 82,8%; responden estar de acuerdo (30,9%) y totalmente de acuerdo (51,9%).

- Aspectos socioeconómicos

Tabla 13. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	8	2,2	2,2	3,0
	Indiferente	25	6,8	6,8	9,8
	De acuerdo	106	29,0	29,0	38,8
	Total acuerdo	224	61,2	61,2	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 10. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa?

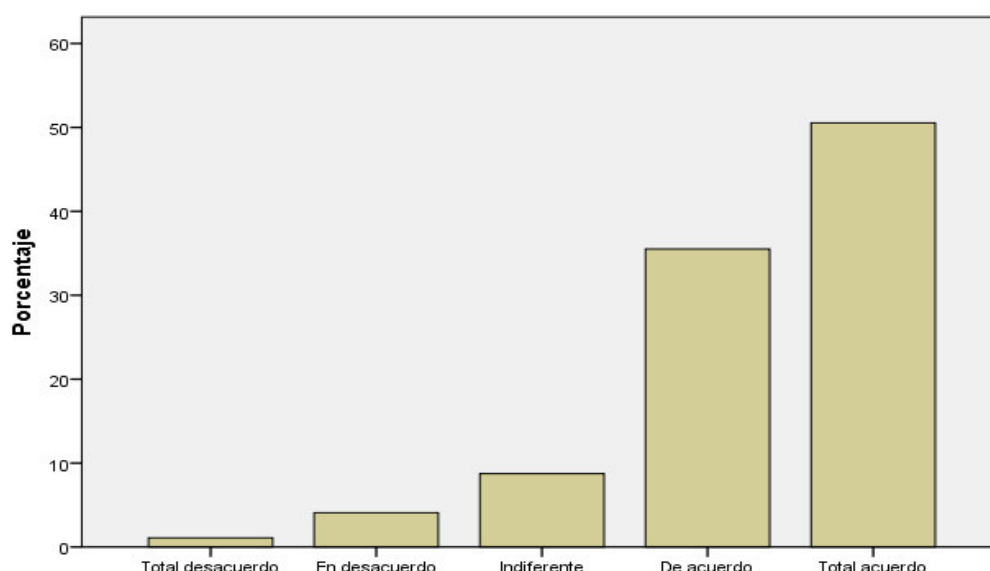
Como se observa en los resultados obtenidos, un mayoritario 90,2% de los empresarios responden a favor del enunciado que la experiencia contribuye favorablemente al impulso de las empresas, porque desarrollan habilidades para enfrentar las dificultades que se presentan en el proceso emprendedor.

- **Situación económica**

Tabla 14. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	4	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	15	4,1	4,1	5,2
	Indiferente	32	8,7	8,7	13,9
	De acuerdo	130	35,5	35,5	49,5
	Total acuerdo	185	50,5	50,5	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 11. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa?

La situación económica es uno de los factores que mayor influencia tiene en el desarrollo de las empresas, así lo corroboran los empresarios de la ciudad de Machala, cuando responden mayoritariamente que están totalmente de acuerdo (50,5%) y de acuerdo (35,5% con este elemento)

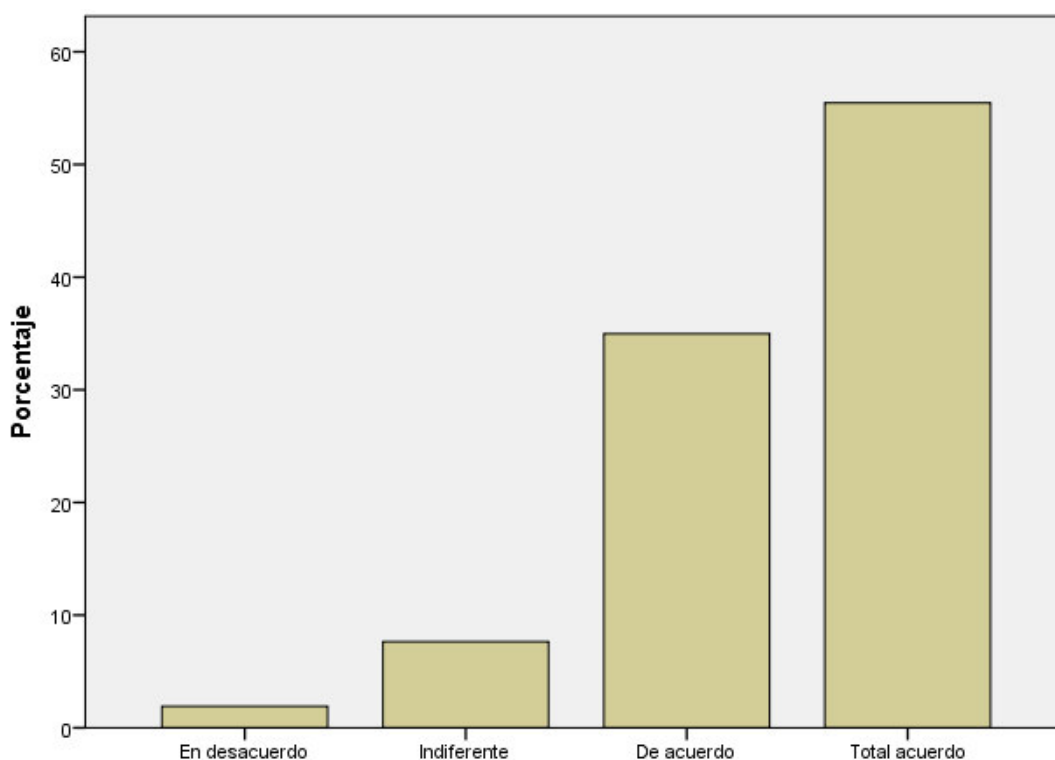
4.1.1.3. Resultados de la dimensión 4. Proceso emprendedor: Gestación.

- Motivación

Tabla 15. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	7	1,9	1,9	1,9
	Indiferente	28	7,7	7,7	9,6
	De acuerdo	128	35,0	35,0	44,5
	Total acuerdo	203	55,5	55,5	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 12. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?

Un representativo 90,5% de la población objeto de estudio concuerda en el hecho de que la motivación juega un rol trascendental a la hora del nacimiento

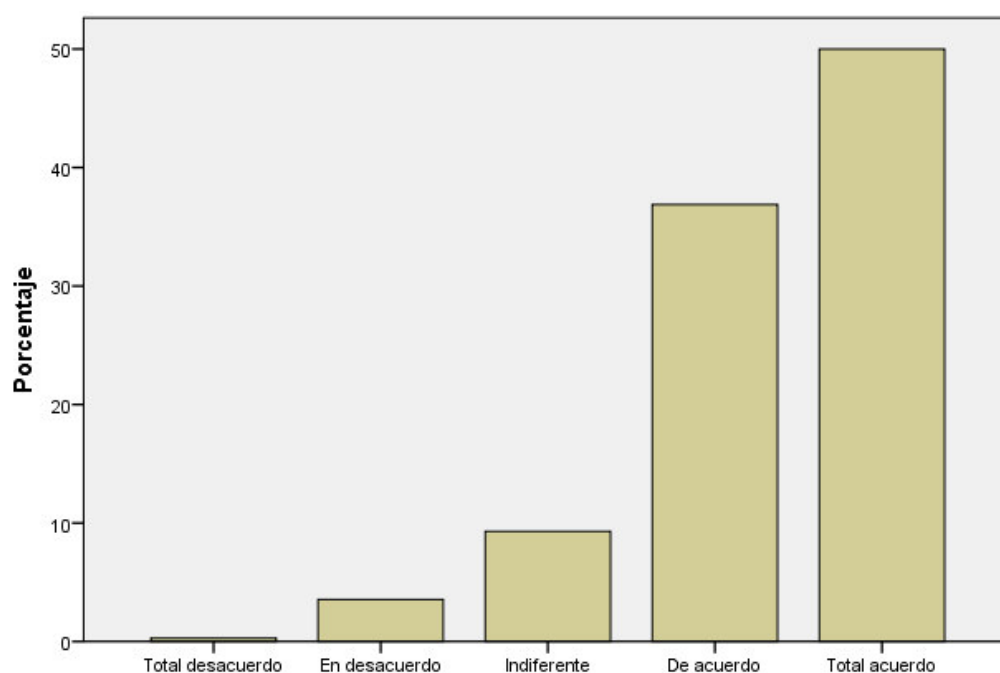
de un negocio, dado que visualizan que el sentido de estar animados a emprender fue el impulso que tuvo relevancia en sus inicios.

- Competencias

Tabla 16. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	1	,3	,3	,3
	En desacuerdo	13	3,6	3,6	3,8
	Indiferente	34	9,3	9,3	13,1
	De acuerdo	135	36,9	36,9	50,0
	Total acuerdo	183	50,0	50,0	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 13. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?

En cuanto al dominio de conocimientos, los emprendedores identifican que los mismos son altamente necesarios para empezar con su idea de negocio, el

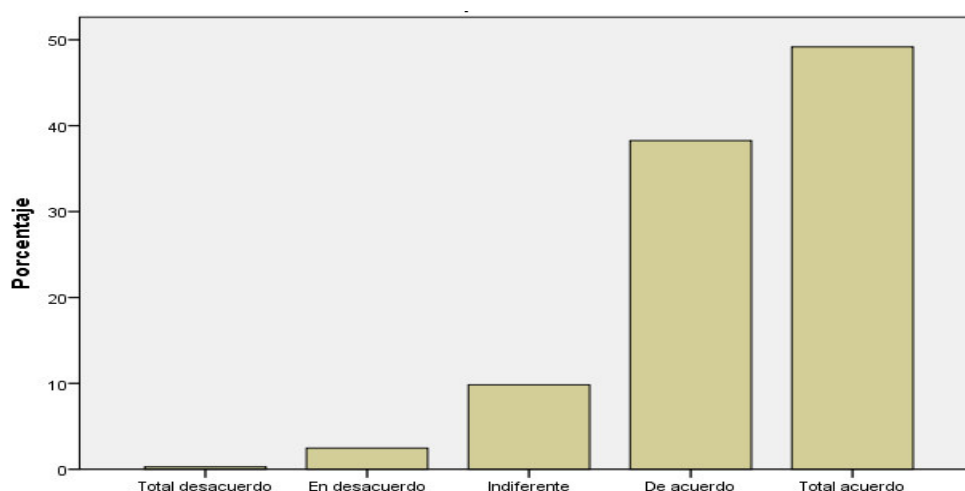
86,9% está a favor de este factor, al cuestionar las razones al respecto se detectó que los encuestados optaron por una actividad donde manifestaron contar con la suficiencia de habilidades para ejercer con eficiencia su trabajo.

- Oportunidades de negocio

Tabla 17. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	1	,3	,3	,3
	En desacuerdo	9	2,5	2,5	2,7
	Indiferente	36	9,8	9,8	12,6
	De acuerdo	140	38,3	38,3	50,8
	Total acuerdo	180	49,2	49,2	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 14. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?

Cuando el individuo observa que existe alguna necesidad en el medio donde circunda, existe una puerta abierta para que sea aprovechada por gente proactiva, y es la persona que posee espíritu emprendedor quien en vez de lamentarse de una inconformidad visualiza una oportunidad de negocio. Por

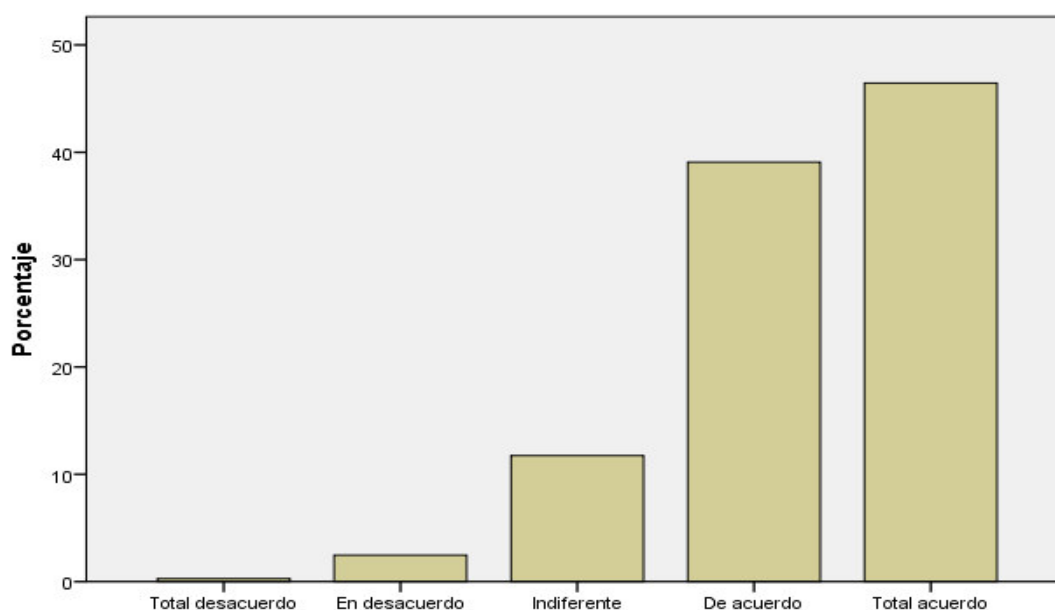
lo tanto el 87,5% de los encuestados está plenamente convencido de que imaginar una posibilidad de realizar una actividad productiva, tiene un alto grado de influencia en el proceso emprendedor

- Búsqueda de información

Tabla 18. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Total desacuerdo	1	,3	,3	,3
En desacuerdo	9	2,5	2,5	2,7
Indiferente	43	11,7	11,7	14,5
De acuerdo	143	39,1	39,1	53,6
Total acuerdo	170	46,4	46,4	100,0
Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 15. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?

El 85,5% de los empresarios reconocieron el hecho de que un emprendedor no es alguien que domina todo, que es necesario investigar y obtener datos clave a la hora de emprender un negocio, en tal virtud evidenciaron que la búsqueda de información es un factor de apoyo relevante para la sostenibilidad del negocio.

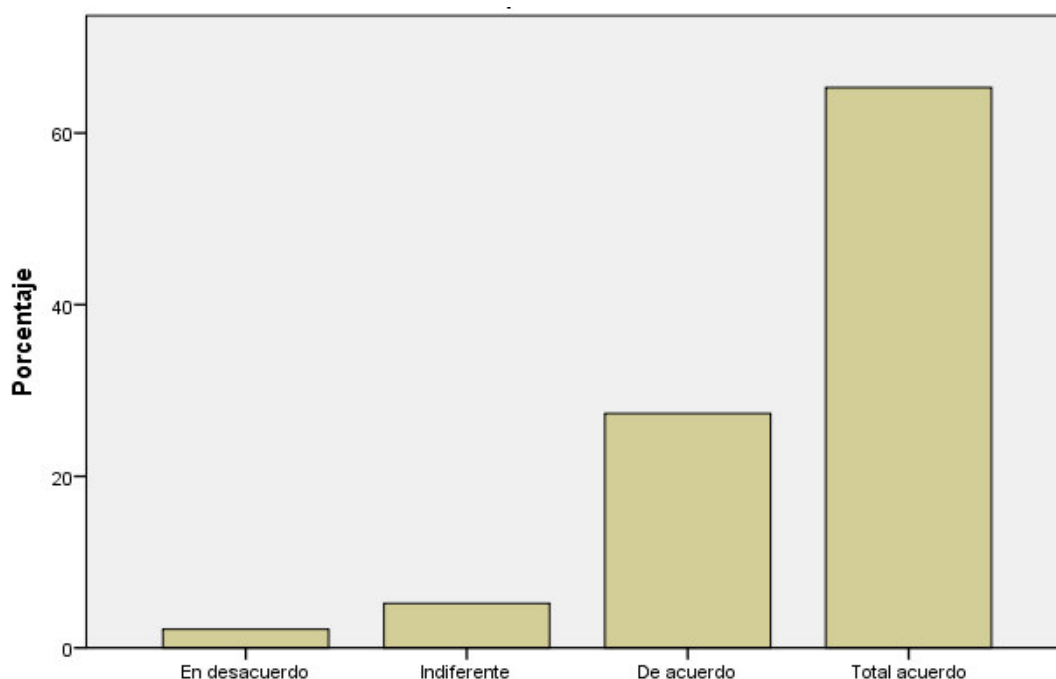
4.1.1.4. Resultados de la dimensión 5. Proceso emprendedor: Puesta en marcha

- Inversión inicial

Tabla 19. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	2,2	2,2	2,2
	Indiferente	19	5,2	5,2	7,4
	De acuerdo	100	27,3	27,3	34,7
	Total acuerdo	239	65,3	65,3	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 16. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?

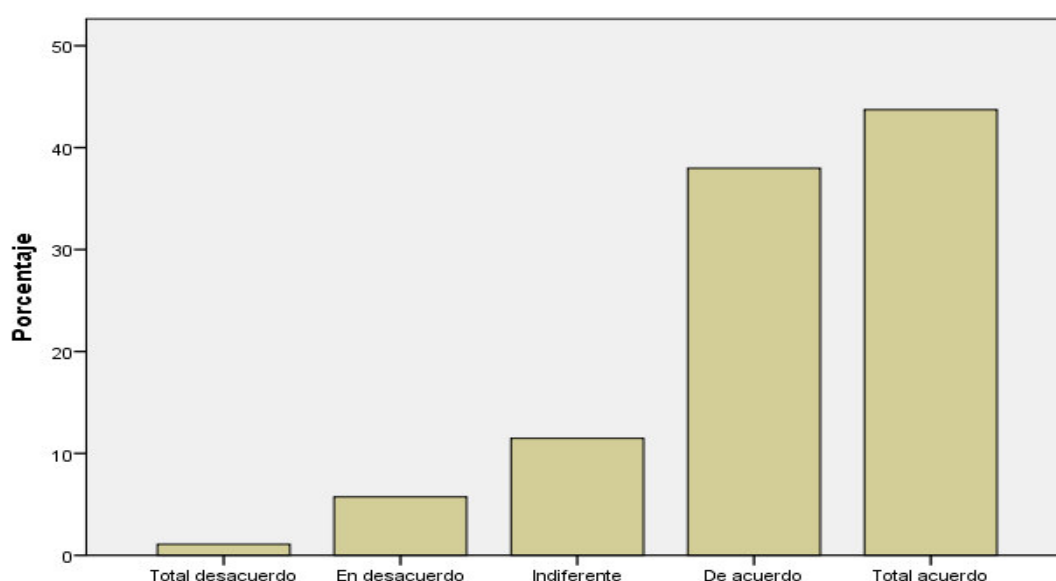
Un predominante 92,6% de los empresarios consultados están conscientes de que los recursos económicos son indispensables para iniciar y desarrollar un negocio; sin embargo existe también un minúsculo grupo de encuestados (2,2%) que no está de acuerdo en que la inversión inicial sea el elemento infalible para desplegar el proceso emprendedor.

Accesos a recursos humanos

Tabla 20. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	4	1,1	1,1	1,1
	En desacuerdo	21	5,7	5,7	6,8
	Indiferente	42	11,5	11,5	18,3
	De acuerdo	139	38,0	38,0	56,3
	Total acuerdo	160	43,7	43,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 17. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?

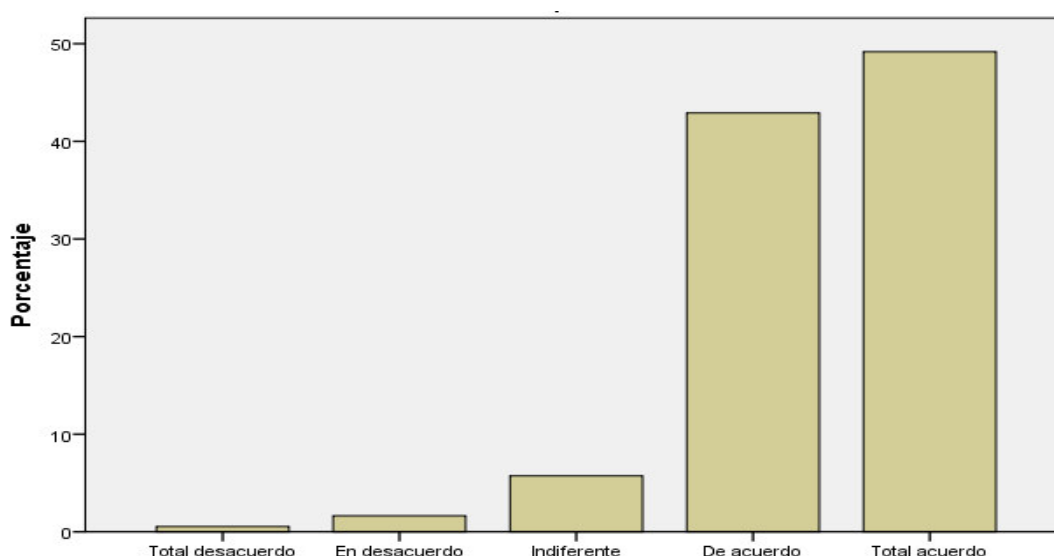
Es indudable que contar con la disponibilidad de mano de obra o de colaboradores a la hora de tomar la decisión de emprender un negocio es de mucha valía, así es la percepción del 82,7% de los empresarios machaleños, por cuanto es el recurso humano que pone en marcha las diligencias que se requieren en una actividad productiva y si no se cuenta con el acceso de personal idóneo es difícil y casi imposible poder desenvolverse eficientemente en un proceso emprendedor. Sin embargo, un 6,8% cree que no es necesario pensar en la búsqueda del recurso humano, porque a lo mejor, su personal con el que cuenta es seguro y lo conforma su propia familia.

Acceso a recursos materiales

Tabla 21. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	2	,5	,5	,5
	En desacuerdo	6	1,6	1,6	2,2
	Indiferente	21	5,7	5,7	7,9
	De acuerdo	157	42,9	42,9	50,8
	Total acuerdo	180	49,2	49,2	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 18. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?

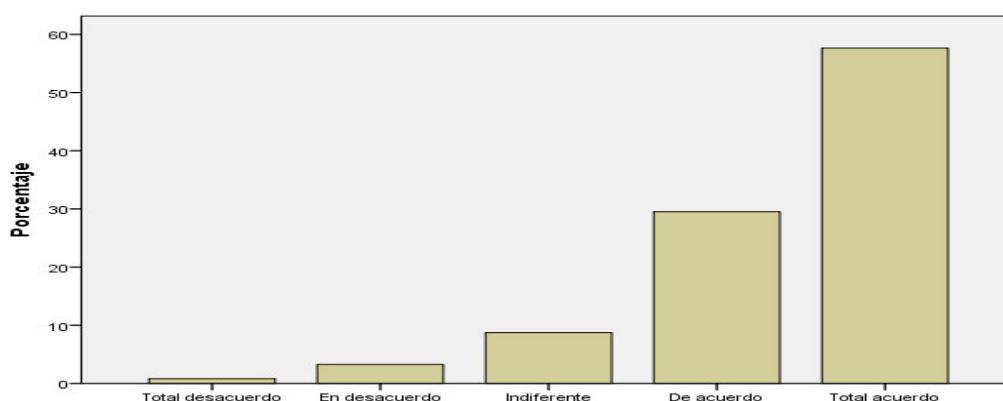
En la actividad empresarial, los recursos materiales son muy importantes porque facilitan y complementan las acciones que desempeñan los seres humanos, estos pueden ser mobiliarios, útiles de oficina, entre otros implementos, que se requieren para poner en marcha y avanzar en el negocio de cualquier naturaleza que éste fuera. Es así que, la percepción de un preponderante 92,1% de empresarios encuestados lo corrobora.

Acceso a recursos tecnológicos

Tabla 22. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	12	3,3	3,3	4,1
	Indiferente	32	8,7	8,7	12,8
	De acuerdo	108	29,5	29,5	42,3
	Total acuerdo	211	57,7	57,7	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala



Gráfica 19. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?

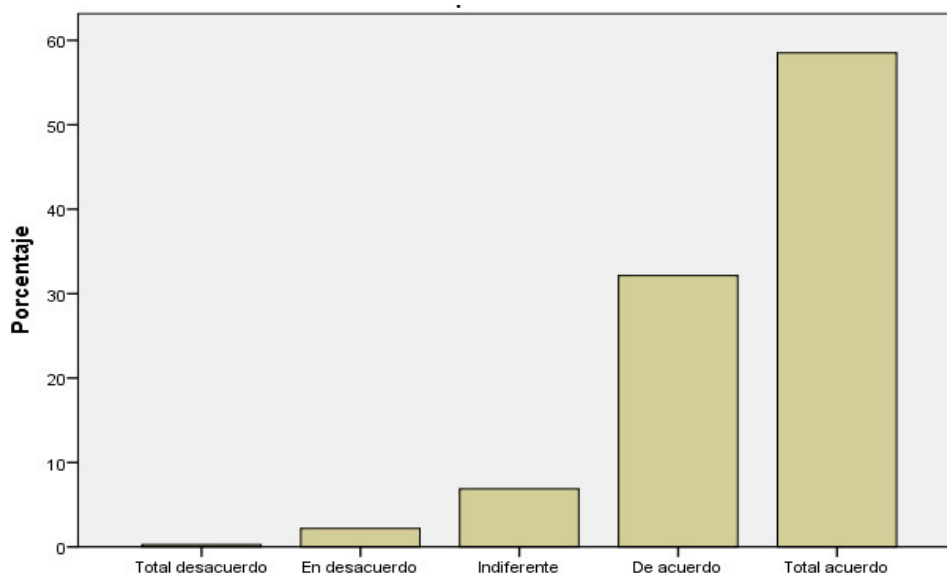
La percepción del 87,2% de los empresarios de Machala piensa que acceder a equipos computacionales, equipos electrónicos, y otros recursos tecnológicos, permite automatizar y brindar facilidades para agilizar los procesos tanto administrativos como productivos. Precisamente, es gracias al uso de la tecnología que las pequeñas y medianas empresas, están alcanzando índices de crecimiento eficientes, porque a más de brindar rapidez mejoran la calidad de los servicios y/o productos. Sin embargo, todavía existen emprendedores que ofrecen productos artesanales que son indiferentes al avance tecnológico y otros que incluso rechazan y son adversos al uso de este tipo de recursos; lo que se refleja sin duda alguna en las respuestas con un 8,7% y 4,1% respectivamente.

Accesos a recursos financieros

Tabla 23. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	1	,3	,3	,3
	En desacuerdo	8	2,2	2,2	2,5
	Indiferente	25	6,8	6,9	9,3
	De acuerdo	117	32,0	32,1	41,5
	Total acuerdo	213	58,2	58,5	100,0
	Total	364	99,5	100,0	
Perdidos	0	2	,5		
Total		366	100,0		

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 20. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?

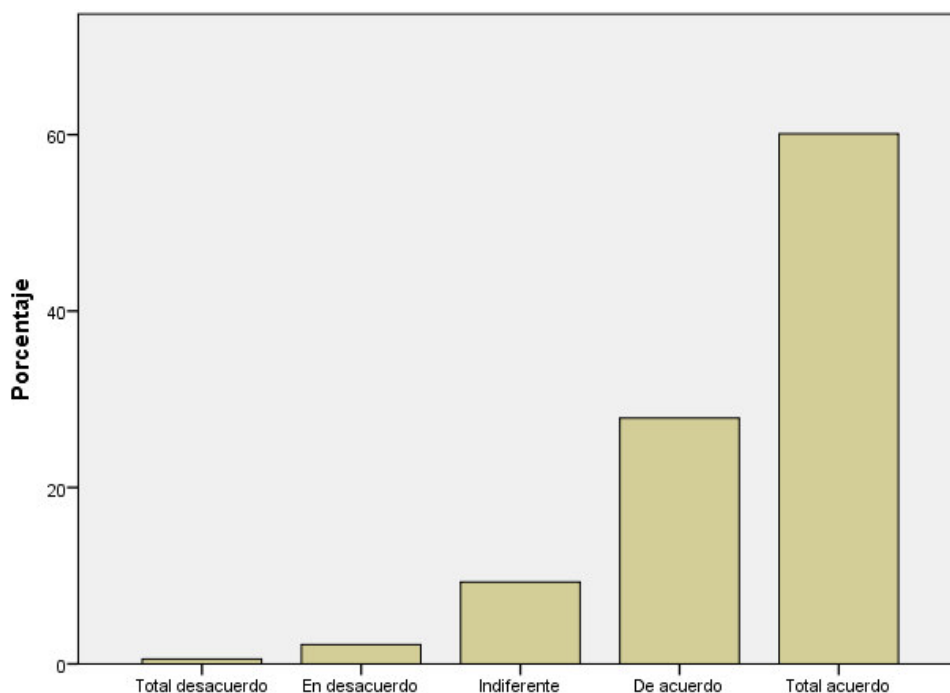
Sin lugar a dudas los empresarios de Machala están conscientes de que los recursos financieros constituyen el motor que mueve la actividad empresarial, así lo corroboran el 90,2% de los de los encuestados, a pesar de que el acceso a éstos, en tiempos de crisis, se vuelven difíciles de obtener. A pesar de existir muchas entidades del sistema financiero tanto públicas como privadas que ofertan una diversidad de programas crediticios, las exigencias son múltiples con muchas dificultades para cumplirla, e incluso, en muchos casos se vuelven inalcanzables para los pequeños y medianos empresarios que optan por solicitar préstamos a mediano y corto plazo.

Experiencia laboral

Tabla 24. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	2	,5	,5	,5
	En desacuerdo	8	2,2	2,2	2,7
	Indiferente	34	9,3	9,3	12,0
	De acuerdo	102	27,9	27,9	39,9
	Total acuerdo	220	60,1	60,1	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 21. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?

Un predominante 88,0% de la población encuestada responde que la experiencia laboral es un factor que favorece el crecimiento de una empresa, por cuanto está relacionado con el eficiente rendimiento que realice en las actividades que le toque desenvolverse.

4.1.1.5. Resultados de la dimensión 6: Proceso emprendedor:

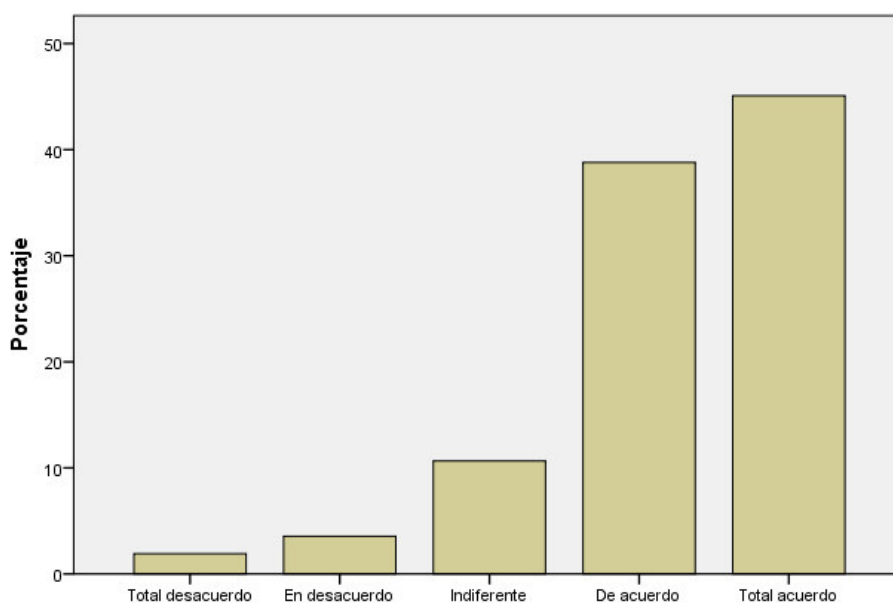
Crecimiento inicial

Factores de ingreso al mercado

Tabla 25. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	7	1,9	1,9	1,9
	En desacuerdo	13	3,6	3,6	5,5
	Indiferente	39	10,7	10,7	16,1
	De acuerdo	142	38,8	38,8	54,9
	Total acuerdo	165	45,1	45,1	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 22. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?

A la hora de emprender, un elemento que no se debe descuidar es la existencia de negocios que ofrezcan el mismo producto o servicio, o también que sean similares o sustitutos; desde el inicio, durante y perpetuamente el empresario debe estar pendiente de su enemigo silencioso que es la competencia, para generar constantemente estrategias exitosas que le permitan posicionarse o por lo menos competir en el mercado. El 83,9%

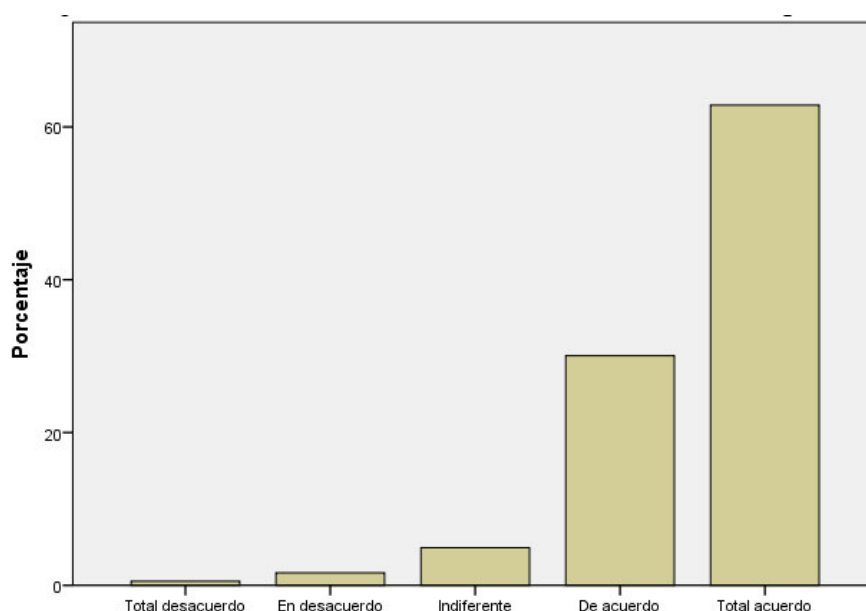
concuenda en que un factor substancial para ingresar al mercado es analizar la competencia en búsqueda de atenuarla y propender al crecimiento empresarial.

Demanda

Tabla 26. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	2	,5	,5	,5
	En desacuerdo	6	1,6	1,6	2,2
	Indiferente	18	4,9	4,9	7,1
	De acuerdo	110	30,1	30,1	37,2
	Total acuerdo	230	62,8	62,8	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 23. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?

En el mundo de los negocios, un factor indispensable para alcanzar el éxito desde su nacimiento hasta llegar a la etapa de crecimiento en el proceso emprendedor, es la existencia de clientes, que hayan personas o unidades productivas que requieran comprar sus productos, es así que en esta investigación, cuando se indaga sobre ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?, el 92,9% de los empresarios de Machala

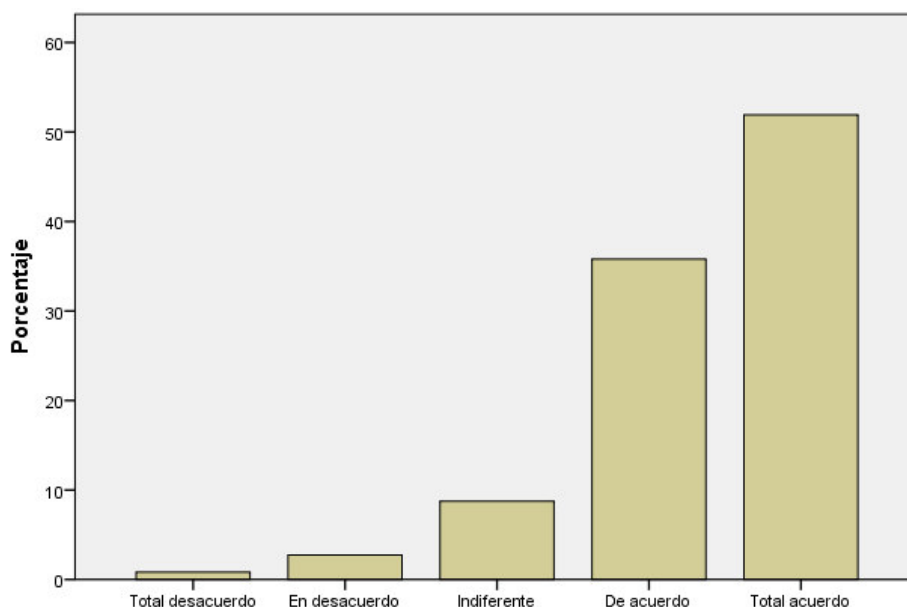
manifiesta estar a favor de la necesidad de este elemento para el crecimiento empresarial.

Fuentes de financiamiento

Tabla 27. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	10	2,7	2,7	3,6
	Indiferente	32	8,7	8,7	12,3
	De acuerdo	131	35,8	35,8	48,1
	Total acuerdo	190	51,9	51,9	100,0
	Total	366	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.



Gráfica 24. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?

Es indudable que, contar con fuentes de financiamiento para poner en marcha y buscar el crecimiento de un negocio constituye un factor importante, enunciado que es confirmado desde la percepción del 87,7% de los empresarios. Sin embargo, un mínimo 3,5% está en desacuerdo, porque no admiten el endeudamiento y prefieren incursionar con recursos propios, producto de sus ahorros o porque cuentan con disponibilidad de recursos económicos fruto de herencias obtenidas o porque sencillamente prefieren un

crecimiento moderado en función de las utilidades que les va generando el negocio. Por otro lado un 8% es indiferente, porque a pesar de que en el sistema financiero ecuatoriano, tanto privado como público, existe oferta de créditos, no todos brindan las facilidades para obtenerlos y se les vuelven inalcanzables.

Resultados cuantificados de la entrevista dirigida a los empresarios de la ciudad de Machala.

Para complementar esta investigación correlacional, que según (Prats, 2004) “Se trata, en suma, de establecer relaciones entre variables” fue necesario que se apliquen entrevistas o cuestionarios no estructurados, con preguntas abiertas que tienen la ventaja de brindar libertad a los informantes, para que expresen a su manera sus opiniones o criterios respecto a lo que se les indaga, y muchas veces aportan hasta un poco más con razonamientos claves para sustentar la investigación y así facilita al investigador profundizar sus criterios y hasta captar actitudes que permiten realizar deducciones importantes para el estudio, sólo que esta información por ser cualitativa se torna un tanto difícil de procesar y analizar (Mejía, 2005).

A pesar de volverse un poco difícil de procesar y analizar un instrumento de esta naturaleza, su contenido es de mucha valía para enriquecer el proceso investigativo. A continuación se muestran los resultados de cincuenta entrevistas realizadas a informantes clave del sector comercial del cantón Machala:

¿Qué obstáculos tuviste para iniciar el negocio?

Amenazas

Tabla 28. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 1

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Inversión inicial	33	44,6%
Factores de ingreso al mercado	11	14,9%
Fuentes de financiamiento	9	12,2%
Leyes	7	9,5%
Acceso a recursos materiales	5	6,8%
Políticas públicas	3	4,1%
Búsqueda de información	2	2,7%
Años de experiencia	1	1,4%
Instituciones de promoción y fomento	1	1,4%
Destrezas	1	1,4%
Ninguno	1	1,4%
TOTALES	74	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

De acuerdo a lo manifestado por los empresarios de las PYMES de Machala, con una certeza del 44.6% podemos asegurar que el principal obstáculo al inicio de la implementación de un negocio es relativo a la inversión inicial que conlleva. En menor medida se presentan elementos como los factores de ingreso al mercado (principalmente la competencia), las fuentes de financiamiento (referido a dificultades en las instituciones financieras para acceder a un crédito) y las leyes (haciendo alusión a los permisos y exigencias locales y nacionales de ley para iniciar una empresa). Estos cuatro factores representan más del tercer cuartil de los datos totales (81.1%) pero sigue sopesando más la inversión inicial.

¿Cuáles fueron las fortalezas que viste y que te permitieron que la idea de negocio se cristalice?

Fortalezas

Tabla 29. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 2

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Motivación	17	21,8%
Años de experiencia	11	14,1%
Experiencia laboral	10	12,8%
Oportunidades de negocio	9	11,5%
Formación	7	9,0%
Demanda	6	7,7%
Destrezas	6	7,7%
Búsqueda de información	5	6,4%
Actitud emprendedora	5	6,4%
Acceso a recursos materiales	1	1,3%
Factores de ingreso al mercado	1	1,3%
TOTALES	78	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

Aunque los factores en su conjunto muestran un sesgo reducido, la motivación se destaca entre las fortalezas de los empresarios de Machala, con un 21.8% de representatividad. En este punto los empresarios destacan algunos elementos motivantes como la familia, su deseo de superación personal o crecimiento socio económico.

Luego aparecen factores como los años de experiencia (principalmente cuando se trata de negocios familiares o heredados), la experiencia laboral (en relación a experiencias laborales anteriores que les han provisto de conocimiento y ciertas destrezas en su campo de desempeño), las oportunidades de negocio (las cuales llegan a ser conocidas por referencias de terceros, por observación y en raras ocasiones por mera casualidad). Si a estos factores les sumamos la formación, la demanda y destrezas, llegaremos a abarcar el 84.6% de la información total receptada.

¿Cuáles han sido los obstáculos con los que te has tropezado para poner en marcha tu negocio?

Amenazas

Tabla 30. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 3

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Políticas públicas	18	23,7%
Leyes	16	21,1%
Factores de ingreso al mercado	10	13,2%
Acceso a recursos financieros	10	13,2%
Instituciones de promoción y fomento	5	6,6%
Acceso a recursos materiales	4	5,3%
Situación económica	4	5,3%
Demanda	2	2,6%
Acceso a recursos humanos	1	1,3%
Destrezas	1	1,3%
Experiencia laboral	1	1,3%
Fuentes de financiamiento	1	1,3%
Ninguno	3	3,9%
TOTALES	76	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

Durante la etapa de puesta en marcha, los principales obstáculos que aparecen son las políticas públicas (aranceles, restricciones de importación, imposiciones tributarias, políticas municipales, entre otros) y las leyes (controles, permisos) con el 23.7% y 21.1% de representatividad respectivamente. Nos acercamos al tercer cuartil de los datos totales si consideramos los factores de ingreso al mercado y el acceso a recursos financieros, con los cuales llegamos a un 71.1%. No se consideran el resto de elementos por encontrarse muy dispersos.

¿Cuáles han sido las fortalezas de las que te has valido para darle continuidad a tu negocio?

Fortalezas

Tabla 31. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 4

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Motivación	34	47,2%
Actitud emprendedora	11	15,3%
Destrezas	7	9,7%
Años de experiencia	5	6,9%
Acceso a recursos materiales	3	4,2%
Formación	3	4,2%
Demanda	2	2,8%
Acceso a recursos financieros	1	1,4%
Acceso a recursos tecnológicos	1	1,4%
Factores de ingreso al mercado	1	1,4%
Leyes	1	1,4%
Situación económica	1	1,4%
Experiencia laboral	1	1,4%
Oportunidades de negocio	1	1,4%
TOTALES	72	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

Para dar continuidad al negocio, los empresarios vuelven a resaltar a la motivación, pero esta vez con una mayor representatividad del 47.2% del total, destacando además su actitud emprendedora, sus destrezas en el negocio y sus años de experiencia. Todo esto llega a abarcar el 79.2% del total de datos. La actitud emprendedora, según (Fontaines, Palomo & otros. et al, 2016) está formada por las siguientes dimensiones: sentido crítico de la responsabilidad, motivación al logro, autoeficacia para la construcción del trabajo, resiliencia en el cumplimiento de las metas, percepción de las oportunidades de negocio.

Características que permiten analizar este factor propio de la personalidad del individuo que realiza la actividad comercial.

¿Cuáles son los obstáculos que no te han permitido alcanzar el crecimiento de tu negocio?

Debilidades

Tabla 32. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 5

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Factores de ingreso al mercado	15	20,5%
Políticas públicas	15	20,5%
Leyes	8	11,0%
Acceso a recursos materiales	6	8,2%
Situación económica	6	8,2%
Instituciones de promoción y fomento	5	6,8%
Fuentes de financiamiento	5	6,8%
Acceso a recursos tecnológicos	4	5,5%
Formación	2	2,7%
Entidades de promoción y fomento	1	1,4%
Actitud emprendedora	1	1,4%
Oportunidades de negocio	1	1,4%
Acceso a recursos financieros	1	1,4%
Ninguno	3	4,1%
TOTALES	73	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

Dentro de los obstáculos presentados en la etapa de crecimiento o desarrollo de la empresa, se manifiesta que los factores de ingreso al mercado y las políticas públicas son las de mayor incidencia, con el 20.5% cada una, estos factores también aparecen en la etapa de gestación y en la puesta en marcha de las empresas. Otros factores son las leyes, el acceso a recursos materiales y la situación económica (referido a sus consecuencias, como la necesidad de trabajo sólo por sustento, el incremento en la delincuencia o la morosidad de los clientes).

Los factores enlistados representan el 68.5% de los datos; no se completa el tercer cuartil dado que los elementos que no se han considerado guardan una ponderación muy similar y el resto está muy disperso.

¿Cuáles son las posibilidades que se visiona para el crecimiento del negocio?

Oportunidades

En la visión de los empresarios sobre el crecimiento futuro de sus negocios se presentan dos perspectivas, una positiva por parte de algunos y una negativa o neutral por parte de otros. Por esta razón, se hacen dos cuadros por separado para este ítem, resaltando de antemano que la visión positiva es más representativa, ya que engloba casi la misma cantidad de datos que los ítems anteriores (en promedio estos abarcan 75 datos, mientras que el ítem 6 abarca 77 sólo en visiones positivas). Pero esto no desconoce la existencia de una visión negativa o neutral de muchos empresarios, el 20.6% de las ocasiones (calculado a partir del total $77+20=97$ y luego $20/97$ de las veces se tiene como visiones negativas o neutrales).

Tabla 33. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 6 (visiones positivas)

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Suficiente para incrementar los recursos materiales	32	41,6%
Suficiente para incrementar los recursos humanos	17	22,1%
Suficiente para incrementar los recursos financieros	17	22,1%
Suficiente para incrementar los recursos tecnológicos	6	7,8%
Suficiente para implementar un local propio	3	3,9%
Suficiente para incrementar la demanda	1	1,3%
Suficiente para un crecimiento del 30%	1	1,3%
TOTALES	77	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

Según los empresarios, el crecimiento que avizoran es suficiente como para incrementar los recursos materiales (el 41.6% de las veces) y en segunda instancia para incrementar los recursos humanos además de los financieros (22.1% cada una). Estos tres elementos representan el 85.7% de la información total brindada por los empresarios con una visión positiva de su negocio.

Tabla 34. Resultados referidos a respuestas obtenidas para la pregunta 6 (visiones negativas y neutras)

Referencia a la respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Depende de las políticas públicas	4	20,0%
Depende del acceso a recursos materiales	3	15,0%
Depende del acceso a recursos tecnológicos	2	10,0%
Depende de la actitud emprendedora	2	10,0%
Depende del acceso a recursos financieros	2	10,0%
Depende del acceso a recursos materiales	1	5,0%
Depende de la demanda	1	5,0%
Depende de la situación económica	1	5,0%
Depende de las instituciones de promoción y fomento	1	5,0%
Depende del desarrollo turístico	1	5,0%
Ninguna	1	5,0%
No contesta	1	5,0%
TOTALES	20	100,0%

Fuente. Entrevista a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

Otro grupo de empresarios manifiesta que el crecimiento futuro de sus negocios depende de las políticas públicas, del acceso a recursos materiales, tecnológicos y financieros, e incluso hay quienes manifiestan que depende de su propia actitud emprendedora. Hay que mencionar que los elementos mostrados en esta tabla son muy dispersos y más bien pueden significar opiniones aisladas con una representatividad por debajo del tercer cuartil del total de datos receptados.

4.2. Pruebas de hipótesis.

Para el análisis estadístico posterior a la aplicación de los instrumentos de investigación, con un total de 366 datos procesados, de los cuales 363 fueron válidos, se procedió en primera instancia a realizar un análisis de fiabilidad de las variables analizadas, con la ayuda del software IBM SPSS Statistics 23 versión de prueba. El resultado nos da un Alfa de Cronbach de 0.806, indicando que los datos son confiables por encima del tercer cuartil.

Tabla 35. Resumen del procesamiento de casos realizado en IBM SPSS Statistics 23 versión de prueba.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	363	99,2
	Excluido ^a	3	,8
	Total	366	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Los descriptivos utilizados para valorar la relevancia de los resultados iniciales fueron la moda y la mediana, usando para contrastar las coincidencias la desviación estándar. Los datos completos se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 36.- Algunos estadísticos descriptivos de los ítems evaluados.

Ítems evaluados	Mediana	Moda	Desviación estándar
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa?	4	4	1,18
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa?	4	4	1,24
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa?	4	4	1,02
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa?	5	5	0,69
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa?	5	5	1,01
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa?	5	5	0,79
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa?	5	5	0,87
8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	5	5	0,72
9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	5	5	0,81
10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	4	5	0,78
11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	4	5	0,79
12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	5	5	0,69
13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	4	5	0,92
14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	4	5	0,72
15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	5	5	0,84
16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	5	5	0,74
17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	5	5	0,79
18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	4	5	0,91
19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	5	5	0,72
20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	5	5	0,82

Fuente. Encuesta a empresarios PYMES cantón Machala. Elaboración propia.

La relevancia de los datos se hizo inicialmente bajo la dependencia de la menor desviación estándar (entre menor es este valor, menor es la diferencia entre los datos recabados y su tendencia central). Las variables más relevantes se presentan en la siguiente tabla. Aquí se observa que para las posteriores pruebas de hipótesis, las relaciones más importantes serán las de

la actitud emprendedora (factor informal) con la motivación (etapa de gestación), la inversión inicial (etapa de puesta en marcha) y la demanda (etapa de crecimiento inicial).

Tabla 37.- Estadísticos descriptivos de los ítems evaluados, ordenados según su relevancia.

Indicador	Dimensión	Variable	Mediana	Moda	Desviación estándar
4. <i>Actitud emprendedora</i>	<i>Factores informales</i>	<i>Factores Institucionales</i>	5	5	0,69
12. Inversión inicial	Puesta en marcha	Proceso Emprendedor	5	5	0,69
8. Motivación	Gestación	Proceso Emprendedor	5	5	0,72
19. Demanda	Crecimiento inicial	Proceso Emprendedor	5	5	0,72
16. Acceso a recursos financieros	Puesta en marcha	Proceso Emprendedor	5	5	0,74
6. <i>Años de experiencia</i>	<i>Factores informales</i>	<i>Factores Institucionales</i>	5	5	0,79
20. Fuentes de financiamiento	Crecimiento inicial	Proceso Emprendedor	5	5	0,79
17. Experiencia laboral	Puesta en marcha	Proceso Emprendedor	5	5	0,82
9. Competencias	Gestación	Proceso Emprendedor	5	5	0,84
15. Acceso a recursos tecnológicos	Puesta en marcha	Proceso Emprendedor	5	5	0,81
7. <i>Situación económica</i>	<i>Factores informales</i>	<i>Factores Institucionales</i>	5	5	0,87

Para las pruebas de hipótesis se utilizarán los criterios preestablecidos. De manera general se tiene que:

Hipótesis nula: No existe relación entre la variable independiente y la dependiente.

Hipótesis alterna: Existe relación entre la variable independiente y la dependiente.

En este sentido se plantearon las hipótesis para la presente investigación.

Hipótesis generales:

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Institucionales (X) y el Proceso Emprendedor (Y).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Institucionales (X) y el Proceso Emprendedor (Y).

Hipótesis específicas:

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Formales (X1) y la Etapa de Gestación (Y1).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Formales (X1) y la Etapa de Gestación (Y1).

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Formales (X1) y la Etapa de Puesta en marcha (Y2).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Formales (X1) y la Etapa de Puesta en marcha (Y2).

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Formales (X1) y la Etapa de Crecimiento inicial (Y3).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Formales (X1) y la Etapa de Crecimiento inicial (Y3).

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Informales (X2) y la Etapa de Gestación (Y1).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Informales (X2) y la Etapa de Gestación (Y1).

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Informales (X2) y la Etapa de Puesta en marcha (Y2).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Informales (X2) y la Etapa de Puesta en marcha (Y2).

Hipótesis nula:

No existe relación entre los Factores Informales (X2) y la Etapa de Crecimiento inicial (Y3).

Hipótesis alterna:

Existe relación entre los Factores Informales (X2) y la Etapa de Crecimiento inicial (Y3).

Cada una de las variables (independientes y dependientes) se analiza desde sus indicadores, llegando a formar un conjunto inicial de $(3+4) \cdot (4+6+3) = 91$ pruebas de hipótesis en total que alimentan a las 6 específicas planteadas, las cuales a su vez generan conclusiones relevantes sobre la hipótesis general.

A continuación se presentan los análisis de significancia realizado con la ayuda del software IBM SPSS Statistics 23 versión de prueba. Este análisis considera interacciones de dato ordinal con ordinal (correlación de Spearman) y nos permite obtener un valor de significación aproximada (bilateral).

Para la interpretación de la correlación de Spearman se usarán los siguientes criterios:

- Correlación nula: igual a 0
- Influencia muy baja (al nivel 0.05): mayor que 0 e igual o menor a 0.135
- Influencia muy baja (al nivel 0.01): mayor que 0.135 e igual o menor que 0.250
- Influencia baja: mayor que 0.250 e igual o menor que 0.500
- Influencia media: mayor que 0.500 e igual o menor que 0.750
- Influencia alta: mayor que 0.750 e igual o menor que 0.905
- Influencia muy alta: mayor que 0.905 y menor que 1
- Correlación perfecta: igual a 1

En cuanto al nivel de significancia. Se entiende que a medida que se reduce el valor de significancia, se evidencia de forma más notoria que la relación entre las variables no se debe a la disposición aleatoria de los datos extraídos.

Tabla 38.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Leyes (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,120	,014*
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	-.040	,423
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,060	,226
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,127	,010**
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	-,006	,909
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,100	,042*
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,110	,025*
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,138	,005**
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,091	,064
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	,014	,781
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,139	,005**
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,086	,082
1. ¿Las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,099	,043*

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 39.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Políticas públicas (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,107	,030*
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	-,025	,614
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,032	,514
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,066	,180
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	-,020	,687
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,050	,311
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,062	,211
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,072	,146
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,117	,018*
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	-,025	,612
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,054	,276
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,050	,312
2. ¿Las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,032	,519

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 40.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Instituciones de promoción y fomento (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,225	,000**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	,047	,341
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,140	,004**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,230	,000**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	,028	,574
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,189	,000**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,163	,001**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,171	,000**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,108	,029*
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	,046	,354
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,198	,000**
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,113	,022*
3. ¿Las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,180	,000**

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 41.- Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Actitud emprendedora (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,222	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	,231	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,237	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,128	,009**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	,326	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,170	,001**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,197	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,257	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,308	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	,185	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,227	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,193	,000**
4. ¿La actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,245	,000**

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 42: Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Formación (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,117	,017*
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	,084	,089
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,074	,131
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,240	,000**
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	,092	,063
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,193	,000**
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,164	,001**
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,313	,000**
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,087	,079
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	,155	,002**
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,222	,000**
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,026	,605
5. ¿La formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,153	,002**

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 43: Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Años de experiencia (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,109	,027*
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	,054	,275
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,179	,000**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,131	,007**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	,222	,000**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,206	,000**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,127	,010**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,162	,001**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,250	,000**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	,421	,000**
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,110	,026*
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,062	,209
6. ¿Los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,221	,000**

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

Tabla 44. Resumen del análisis de significancia realizado para el indicador Situación económica (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Ítems cruzados	Correlación de Spearman	Significación aproximada
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 8. ¿La motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?	,188	,000**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 9. ¿Las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?	,108	,028*
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 10. ¿Las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?	,155	,002**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 11. ¿La búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?	,151	,002**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 12. ¿La inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?	,139	,005**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 13. ¿El acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?	,169	,001**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 14. ¿La disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,106	,032*
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 15. ¿El acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?	,127	,010**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 16. ¿El acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?	,265	,000**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 17. ¿La experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?	,147	,003**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 18. ¿Los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?	,119	,015*
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 19. ¿La existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?	,169	,001**
7. ¿La situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa? * 20. ¿La existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?	,150	,002**

* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

4.3. Presentación de resultados

Pruebas de hipótesis

Tabla 45. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Leyes (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coeficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,169	0,001	Influencia muy baja (al nivel 0.01)	Se rechaza
20. Fuentes de financiamiento	0,158	0,002		
11. Búsqueda de información	0,150	0,004		
8. Motivación	0,139	0,008		
18. Factores de ingreso al mercado	0,133	0,011	Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza
16. Acceso a recursos financieros	0,114	0,030		
13. Acceso a recursos humanos	0,109	0,038		
14. Acceso a recursos materiales	0,097	0,063	No es significativa	Se acepta
19. Demanda	0,087	0,097		
10. Oportunidades de negocio	0,070	0,182		
17. Experiencia laboral	0,031	0,557		
12. Inversión inicial	-0,012	0,812		
9. Competencias	-0,033	0,528		

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores formales (leyes) influyen en algunos elementos de la etapa de gestación (búsqueda de información y motivación). La correlación es positiva (0.150 y 0.139 respectivamente) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (leyes) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos tecnológicos). La correlación es positiva (0.169) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (leyes) influyen en la etapa de crecimiento inicial (fuentes de financiamiento). La correlación es positiva (0.158) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (leyes) también muestran una influencia en otros aspectos de la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos humanos y acceso a recursos materiales) y en la etapa de crecimiento inicial (factores de ingreso al mercado). Sin embargo, la correlación estimada no sólo es de influencia muy baja, sino que se presenta al nivel de significancia 0.05, lo que nos indica que existe, aunque sea mínima, la posibilidad que la relación entre las variables se deba en

parte a la propia distribución aleatoria de los datos extraídos para el análisis de las mismas. Esta posibilidad nos lleva a optar por descartar estas variables al igual que aquellas variables cuya correlación no es significativa.

Tabla 46. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Políticas públicas (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coefficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
16. Acceso a recursos financieros	0,119	0,023	Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza
8. Motivación	0,108	0,039		
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,095	0,068	No es significativa	Se acepta
11. Búsqueda de información	0,070	0,182		
20. Fuentes de financiamiento	0,067	0,203		
13. Acceso a recursos humanos	0,041	0,433		
18. Factores de ingreso al mercado	0,040	0,450		
14. Acceso a recursos materiales	0,033	0,533		
10. Oportunidades de negocio	0,028	0,590		
19. Demanda	0,019	0,720		
17. Experiencia laboral	-0,033	0,530		
9. Competencias	-0,036	0,489		
12. Inversión inicial	-0,064	0,222		

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores formales (políticas públicas) muestran una mínima influencia en algunos aspectos de la etapa de gestación (motivación) y en la de puesta en marcha (acceso a recursos financieros). No obstante, la correlación estimada es de influencia muy baja y se presenta al nivel de significancia 0.05, lo que nos indica que existe, aunque sea muy reducida, la posibilidad que la relación entre las variables se deba en parte a la propia distribución aleatoria de los datos extraídos para el análisis de las mismas. Esta posibilidad nos lleva a optar por descartar estas variables al igual que aquellas variables cuya correlación no es significativa.

Tabla 47. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Instituciones de promoción y fomento (Factores formales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coeficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
11. Búsqueda de información	0,221	0,000	Influencia muy baja (al nivel 0.01)	Se rechaza
8. Motivación	0,218	0,000		
18. Factores de ingreso al mercado	0,217	0,000		
20. Fuentes de financiamiento	0,199	0,000		
13. Acceso a recursos humanos	0,194	0,000		
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,171	0,001		
14. Acceso a recursos materiales	0,157	0,003		
10. Oportunidades de negocio	0,132	0,011	Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza
16. Acceso a recursos financieros	0,102	0,052	No es significativa	Se acepta
19. Demanda	0,098	0,060		
17. Experiencia laboral	0,049	0,349		
9. Competencias	0,039	0,454		
12. Inversión inicial	0,034	0,512		

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de gestación (motivación). La correlación es positiva (0.218) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre

las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de gestación (búsqueda de información). La correlación es positiva (0.221) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos humanos). La correlación es positiva (0.194) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos materiales). La correlación es positiva (0.157) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos tecnológicos). La correlación es positiva (0.171) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de crecimiento inicial (factores de ingreso al mercado). La correlación es positiva (0.217) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) influyen en la etapa de crecimiento inicial (fuentes de financiamiento). La correlación es positiva (0.199) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores formales (instituciones de promoción y fomento) también muestran una influencia en otros aspectos de la etapa de gestación (oportunidades de negocio), la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos financieros) y en la etapa de crecimiento inicial (demanda). Sin embargo, la correlación estimada aparte de ser de influencia muy baja se presenta al nivel de significancia 0.05, lo que nos indica que existe, aunque sea mínima, la posibilidad que la relación entre las variables se deba a la propia distribución aleatoria de los datos extraídos para el análisis de las mismas. Esta posibilidad nos lleva a optar por descartar estas variables al igual que aquellas variables cuya correlación no es significativa.

Tabla 48. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Actitud emprendedora (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coeficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
12. Inversión inicial	0,329	0,000	Influencia baja	Se rechaza
16. Acceso a recursos financieros	0,294	0,000		
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,254	0,000		
18. Factores de ingreso al mercado	0,230	0,000	Influencia muy baja (al nivel 0.01)	Se rechaza
20. Fuentes de financiamiento	0,229	0,000		
10. Oportunidades de negocio	0,227	0,000		
8. Motivación	0,219	0,000		
9. Competencias	0,218	0,000		
14. Acceso a recursos materiales	0,198	0,000		
17. Experiencia laboral	0,176	0,001		
13. Acceso a recursos humanos	0,162	0,002		
19. Demanda	0,144	0,006		
11. Búsqueda de información	0,102	0,053	Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de puesta en marcha (inversión inicial). La correlación es positiva (0.329) y de influencia baja al nivel de significancia 0.01. Esta es una de las relaciones de mayor importancia, pues ambos elementos se consideran indispensables en las PYMES.

- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos tecnológicos). La correlación es positiva (0.254) y de influencia baja al nivel de significancia 0.01.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos financieros). La correlación es positiva (0.294) y de influencia baja al nivel de significancia 0.01.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de gestación (motivación). La correlación es positiva (0.219) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis. Esta es una de las relaciones de mayor importancia, pues ambos elementos se consideran indispensables en las PYMES.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de gestación (competencias). La correlación es positiva (0.218) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de gestación (oportunidades de negocio). La correlación es positiva (0.227) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos humanos). La correlación es positiva (0.162) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos materiales). La correlación es positiva (0.198) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de puesta en marcha (experiencia laboral). La correlación es positiva (0.176) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de crecimiento inicial (factores de ingreso al mercado). La correlación es positiva (0.230) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de crecimiento inicial (demanda). La correlación es positiva (0.144) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis. Esta es una de las relaciones de mayor importancia, pues ambos elementos se consideran indispensables en las PYMES.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en la etapa de crecimiento inicial (fuentes de financiamiento). La correlación es positiva (0.229) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (actitud emprendedora) influyen en otro elemento de la etapa de gestación, como es la búsqueda de información, pero la conexión evidenciada es apenas significativa al nivel 0.05. por lo tanto, esto da pie a la posibilidad de que la relación entre las variables no se deba más que a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis, y por ende se descarte del diagnóstico.

Tabla 49. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Formación (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coefficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,328	0,000	Influencia baja	Se rechaza
11. Búsqueda de información	0,239	0,000	Influencia muy baja (al nivel 0.01)	Se rechaza
18. Factores de ingreso al mercado	0,223	0,000		
13. Acceso a recursos humanos	0,203	0,000		
14. Acceso a recursos materiales	0,175	0,001		
20. Fuentes de financiamiento	0,157	0,003		
17. Experiencia laboral	0,136	0,009		
8. Motivación	0,098	0,062	No es significativa	Se acepta
16. Acceso a recursos financieros	0,093	0,075		
9. Competencias	0,083	0,115		
10. Oportunidades de negocio	0,082	0,117		
12. Inversión inicial	0,071	0,177		
19. Demanda	0,013	0,804		

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos tecnológicos). La correlación es positiva (0.328) y de influencia baja al nivel de significancia 0.01.
- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de gestación (búsqueda de información). La correlación es positiva (0.239) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación

a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos humanos). La correlación es positiva (0.203) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos materiales). La correlación es positiva (0.175) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de puesta en marcha (experiencia laboral). La correlación es positiva (0.136) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de crecimiento inicial (factores de ingreso al mercado). La correlación es positiva (0.223) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la

relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores informales (formación) influyen en la etapa de crecimiento inicial (fuentes de financiamiento). La correlación es positiva (0.157) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

Tabla 50. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Años de experiencia (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coeficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
17. Experiencia laboral	0,416	0,000	Influencia baja	Se rechaza
16. Acceso a recursos financieros	0,240	0,000	Influencia muy baja (al nivel 0.01) Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza Se rechaza
20. Fuentes de financiamiento	0,211	0,000		
12. Inversión inicial	0,193	0,000		
13. Acceso a recursos humanos	0,184	0,000		
10. Oportunidades de negocio	0,183	0,000		
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,149	0,004		
11. Búsqueda de información	0,137	0,009	Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza
8. Motivación	0,117	0,025		
18. Factores de ingreso al mercado	0,111	0,034		
14. Acceso a recursos materiales	0,094	0,071	No es significativa	Se acepta
9. Competencias	0,066	0,207		
19. Demanda	0,050	0,339		

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de puesta en marcha (experiencia laboral). La correlación es positiva (0.416) y de influencia baja al nivel de significancia 0.01.
- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de gestación (oportunidades de negocio). La correlación es positiva (0.183) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de gestación (búsqueda de información). La correlación es positiva (0.137) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de puesta en marcha (inversión inicial). La correlación es positiva (0.193) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos humanos). La correlación es positiva (0.184) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más

notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos tecnológicos). La correlación es positiva (0.149) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos financieros). La correlación es positiva (0.24) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (años de experiencia) influyen en la etapa de crecimiento inicial (fuentes de financiamiento). La correlación es positiva (0.211) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (años de experiencia) también muestran una influencia en otros aspectos de la etapa de gestación (motivación) y la de crecimiento inicial (factores de ingreso al mercado). Sin embargo, la correlación estimada no sólo es de influencia muy baja, sino que se presenta al nivel de significancia 0.05, lo que nos indica que existe, aunque sea mínima, la posibilidad que la relación entre las variables se deba en

parte a la propia distribución aleatoria de los datos extraídos para el análisis de las mismas. Esta posibilidad nos lleva a optar por descartar estas variables al igual que aquellas variables cuya correlación no es significativa.

Tabla 51. Resumen de las pruebas de hipótesis realizadas para el indicador Situación económica (Factores informales = Factores Institucionales = variable independiente).*

Factores	Coefficiente de correlación	Significación (bilateral)	Interpretación de la correlación	Verificación Hipótesis Nula
16. Acceso a recursos financieros	0,250	0,000	Influencia muy baja (al nivel 0.01)	Se rechaza
19. Demanda	0,166	0,001		
8. Motivación	0,161	0,002		
10. Oportunidades de negocio	0,153	0,003		
11. Búsqueda de información	0,145	0,005		
20. Fuentes de financiamiento	0,144	0,006		
17. Experiencia laboral	0,142	0,007		
13. Acceso a recursos humanos	0,138	0,008	Influencia muy baja (al nivel 0.05)	Se rechaza
12. Inversión inicial	0,121	0,021		
9. Competencias	0,110	0,035		
15. Acceso a recursos tecnológicos	0,109	0,037	No es significativa	Se acepta
18. Factores de ingreso al mercado	0,102	0,052		
14. Acceso a recursos materiales	0,064	0,225		

*Los resultados se muestran en orden de relevancia.

- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos financieros). La correlación es positiva (0.25) y de influencia baja al nivel de significancia 0.01.
- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de gestación (motivación). La correlación es positiva (0.161) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de gestación (oportunidades de negocio). La correlación es positiva (0.153) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de gestación (búsqueda de información). La correlación es positiva (0.145) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de puesta en marcha (acceso a recursos humanos). La correlación es positiva (0.138) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la

relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.

- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de puesta en marcha (experiencia laboral). La correlación es positiva (0.142) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de crecimiento inicial (demanda). La correlación es positiva (0.166) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (situación económica) influyen en la etapa de crecimiento inicial (fuentes de financiamiento). La correlación es positiva (0.144) pero de influencia muy baja. Su consideración se debe a que la significancia se da al nivel 0.01, es decir, que se evidencia de forma más notable (en relación a las variables correlacionadas al nivel 0.05) que la relación entre las variables no se debe a la distribución aleatoria de los datos extraídos para su análisis.
- Los factores informales (situación económica) también muestran una influencia en otros aspectos de la etapa de gestación (competencias) y en la de puesta en marcha (inversión inicial y acceso a recursos tecnológicos). Sin embargo, la correlación estimada no sólo es de influencia muy baja, sino que se presenta al nivel de significancia 0.05, lo que nos indica que existe, aunque sea mínima, la posibilidad que la relación entre las variables se deba en parte a la propia distribución aleatoria de los datos extraídos

para el análisis de las mismas. Esta posibilidad nos lleva a optar por descartar estas variables.

CAPITULO V.

PROPUESTA

5.1. Título de la Propuesta.

UTMACH-PYMES: Capacitación y Gestión Empresarial como estrategia para el desarrollo de las PYMES del sector comercial de la provincia de El Oro.

5.1.1. Antecedentes.

En el marco de un enfoque sistémico para atender a los emprendedores, en América Latina y el Caribe hay una tendencia creciente a aplicar esta orientación. Colombia lidera en la creación de un marco legal para promover el entorno emprendedor. Ecuador fortalece el emprendimiento como política pública para el desarrollo productivo y social. Opera a través del Ministerio de Industrias y Productividad, institución que capacita, gestiona recursos para la inversión, entre otras acciones busca el fortalecimiento de capacidades para el proceso emprendedor. Además, implementó el Programa Prometeo, captando científicos para la investigación en las diferentes áreas y

específicamente en la empresarial, en pos de buscar mecanismos de financiación; de aprovechamiento de oportunidades ligadas a la era digital, la elaboración de normas sencillas y claras para la creación de empresas; o el fomento de redes de trabajo, forman parte de las actuaciones que los gobiernos se plantean en los ecosistemas de apoyo al emprendimiento. Para estas instituciones la disponibilidad de información actualizada sobre los desarrollos más recientes de política Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) es fundamental para identificar y aplicar las mejores prácticas. (Gañan de Molina, 2016).

Es así que, la política ecuatoriana y en el marco de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, la reproducción de nuevos emprendimientos y el fomento empresarial se han convertido en acciones prioritarias para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. A nivel de América Latina, se está produciendo una verdadera transformación en políticas de desarrollo que incorpora el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción de una nueva mentalidad que valoriza la actividad empresarial. Se pone en evidencia este fenómeno, cuando en los últimos años han nacido muchos programas de fomento para la creación de nuevas empresas y de motivación hacia un espíritu emprendedor, tanto a nivel nacional (Emprende Ecuador) como en los gobiernos autónomos descentralizados municipales y parroquiales con apoyo de programas de gobierno, así como en las universidades (a través de la función de vinculación con la comunidad) como por entidades financieras públicas y privadas.

En este sentido, estudios realizados proponen que se consideren una serie de variables influyentes relacionadas con el nivel cultural y específicamente el nivel educativo; la estructura productiva histórica, la experiencia laboral, el bagaje de competencias, las redes profesionales, personales, institucionales y de negocios, así como también el marco legal que permita apoyar los emprendimientos. (Rossana Cacivio; Roberto Ringuelet, 2012).

Mientras tanto, en la investigación realizada en la presente tesis doctoral, cuya finalidad se enfocó en establecer si existe una relación entre los factores

institucionales y el proceso emprendedor, identificando las fases del proceso emprendedor que presentan los sectores de la actividad económica con mejor potencial para el desarrollo de emprendimientos productivos en las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro, su probable magnitud y naturaleza. En tal sentido se han corroborado diferentes hipótesis específicas desagregadas en función de nuestro principal objetivo. Y de hecho se constata que existe una correlación significativa entre los factores institucionales y el proceso emprendedor en diferentes dimensiones. Los factores más relevantes a intervenir en la propuesta son: Actitud emprendedora, Inversión inicial, Demanda y Motivación, por cuanto estadísticamente se comprobó que tienen mayor influencia en el proceso emprendedor.

5.1.2. Marco filosófico.

La presente propuesta de intervención se enmarca en la filosofía del Buen Vivir o Sumak Kawsay, misma que pone en el centro de toda acción al ser humano y la vida, deja de lado cualquier otra concepción desarrollista que da prioridad al bienestar únicamente a través del crecimiento económico. La idea movilizadora o Buen vivir, construye sociedades con justicia, equidad, solidaridad, responsabilidad y en armonía con la naturaleza y la humanidad. Esta filosofía que nace desde las necesidades de los desposeídos, fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la intervención de personas y poblaciones en las decisiones relevantes para la construcción de su propio destino y felicidad. Es fundamental destacar que el Buen Vivir promueve la búsqueda comunitaria y sustentable de la felicidad colectiva, y una mejora de la calidad de vida en base a los valores.

El filósofo griego Aristóteles consideraba que la “vida buena” consistía en la complacencia de las necesidades materiales, en el cultivo de la mente y en la práctica de la virtud. En la sabiduría ancestral común a los pueblos de la Tierra, el calificativo bueno de esta aspiración abarca no solo la definición de agradable y hermoso, sino la idea ética de lo bueno.

La finalidad del Socialismo del Buen Vivir está orientada a la defensa incansable y al fortalecimiento del ser humano, el trabajo y la vida digna y armónica. La primera tarea corresponde a solventar el acceso a bienes, oportunidades y condiciones que garanticen –al individuo, a la colectividad y a las generaciones futuras– una vida digna sin afectar a la naturaleza.

El Buen Vivir busca que el ser humano viva permanentemente en paz consigo mismo y con su entorno. Trata de universalizar los derechos y las oportunidades para que toda la sociedad ecuatoriana viva en plenitud. Que se entienda que la realización y la felicidad individual y el bienestar colectivo son interdependientes, del mutuo reconocimiento y la solidaridad, del respeto a la dignidad ajena y del cuidado de la naturaleza.

Bajo este principio que rige el accionar de la implementación de las políticas públicas, y que depende exclusivamente de la conducta humana, debemos preparar condiciones que permitan mejorar constantemente nuestras vidas, tener derecho a amar y ser amado, sin menoscabar las oportunidades de los demás. Contribuir al sueño ecuatoriano de construir un Estado plurinacional y popular que salvaguarde los intereses de las masas poblacionales, con capacidad de gobernar y modificar la opresión capitalista; y edificar una organización popular que frene el dominio de los intereses particulares.

En este marco filosófico del Buen Vivir, que es el que cubre la presente propuesta y que rige la planificación del Estado ecuatoriano, se ha creído conveniente considerar tres objetivos estratégicos del Plan Nacional del Buen Vivir, donde UTMACH-EMPRENDE contribuye al logro de los mismos: Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas; Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva (SENPLADES, 2013).

5.1.3. Objetivo General:

Fortalecer las capacidades de gestión de los empresarios de las PYMES del cantón Machala, a través de la articulación entre el sector empresarial oreense y la Universidad Técnica de Machala.

5.1.4. Descripción de la Propuesta

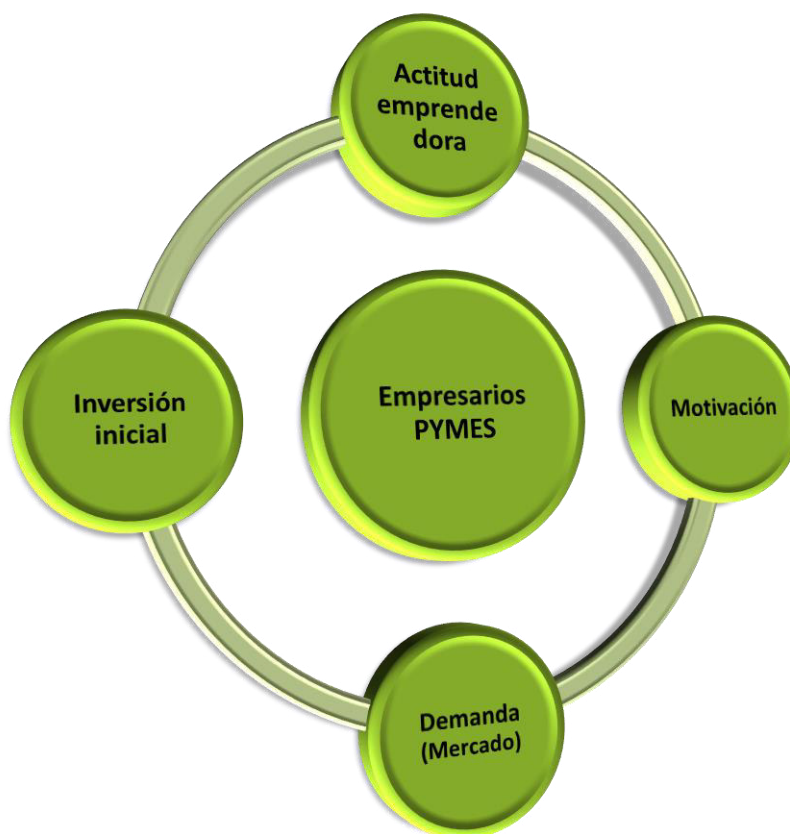


Ilustración 1. Factores de intervención en la propuesta

La presente propuesta, está orientada a fortalecer las capacidades en el campo empresarial de los empresarios de las PYMES del cantón Machala en cuanto a los elementos claves que poseen mayor influencia en el proceso emprendedor que se ha encontrado en el estudio, a saber:

Tabla 52. Factores de mayor influencia en el proceso emprendedor

Ítems	Mediana	Moda	Desviación estándar	Relevancia
4.- Actitud emprendedora	5	5	0,69	Mayor influencia
12.- Inversión inicial	5	5	0,69	
19.- Demanda	5	5	0,72	
8.- Motivación	5	5	0,72	
16.- Acceso a recursos financieros	5	5	0,74	Influencia media
6.- Años de experiencia	5	5	0,79	
17.- Experiencia laboral	5	5	0,79	
9.- Competencias	5	5	0,81	
20.- Fuentes de financiamiento	5	5	0,82	
15.- Acceso a recursos tecnológicos	5	5	0,84	
7.- Situación económica	5	5	0,87	
5.- Formación	5	5	1,01	Menor influencia
14.- Acceso a recursos materiales	4	5	0,72	
10.- Oportunidades de negocio	4	5	0,78	
11.- Búsqueda de información	4	5	0,79	
18.- Factores de ingreso al mercado	4	5	0,91	
13.- Acceso a recursos humanos	4	5	0,92	
3.- Instituciones de promoción y fomento	4	4	1,02	
1.- Leyes	4	4	1,18	
2.- Políticas públicas	4	4	1,24	

Fuente: Encuesta aplicada a las PYMES del cantón Machala.

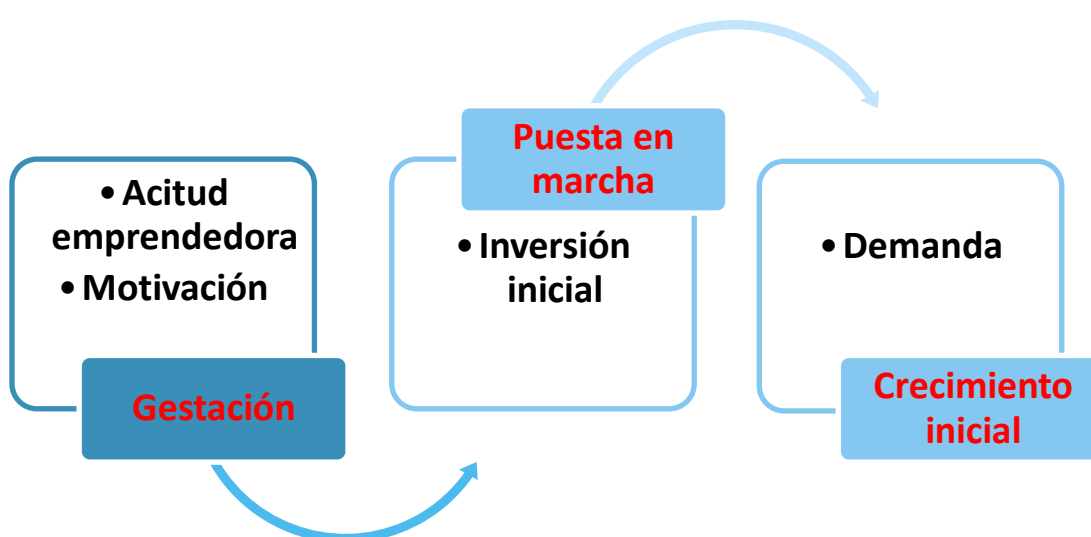


Ilustración 2. Factores de mayor influencia en el proceso emprendedor

1. **Fortalecer la actitud emprendedora** de los empresarios de las pequeñas y medianas empresas a través de talleres de capacitación que les permita conocer sus potencialidades que poseen y que reconozcan también que deben prepararse para afrontar los obstáculos que se les presente en el entorno empresarial.
2. **Acceso a la Inversión inicial** en la fase de puesta en marcha, es otro de los obstáculos que se presenta en el proceso emprendedor, donde se les brinde capacitación y se les haga acompañamiento en la consecución de recursos económicos de fácil acceso, propuesta innovadora e inclusiva, donde los creativos aprenden a conocer la dimensión financiera, manejen los indicadores financieros que permiten la administración adecuada de sus recursos.
3. **Estudio de la Demanda** concebido como un indicador que tiene mayor influencia en la fase de crecimiento inicial del proceso emprendedor, según el presente estudio, requiere de una investigación exhaustiva, porque es el mercado donde se inserta su emprendimiento y que de este factor depende que la empresa prospere o desaparezca. Por lo tanto en la intervención se capacitará a los empresarios sobre temas específicos de investigación de mercado y técnicas de marketing.
4. **La Motivación** es un factor informal de alta influencia en la etapa de gestación del proceso emprendedor, desde el nacimiento de un negocio hasta su desarrollo es uno de los factores que incide en el éxito de un emprendimiento.

Esta propuesta, será ejecutada desde la UTMACH, introduce esta perspectiva de acompañamiento hacia el emprendedurismo en aras de propiciar la incubación o dinamización, según corresponda, de aquellas iniciativas que se alinean con los intereses del desarrollo nacional, regional y local. A continuación se describen las fases constitutivas del proyecto.

Fase I. Planificación de los 4 talleres de capacitación en coordinación con la Dirección de Capacitación Continua y la Dirección de Vinculación de la UTMACH.

Fase II. Socialización de la propuesta con los empresarios del cantón Machala, para establecer y confirmar el cronograma de trabajo y el presupuesto.

Fase III. Inducción a docentes y estudiantes seleccionados e involucrados como facilitadores en los talleres de capacitación y acompañamiento a los empresarios.

Fase IV. Implementación de la propuesta, en este momento, se inicia la formal capacitación de los emprendedores. Se pone de manifiesto el arranque de la propuesta y en ella, cada emprendedor deberá cumplir con las actividades de aprendizaje para enfrentar el mercado y a los empresarios. Para ello se tendrán que ejecutar las siguientes actividades:

- Inscripción de empresarios en la plataforma virtual de la UTMACH.
- Construcción de las guías didácticas y manuales de formación.
- Creación del sitio web de apoyo a la formación.
- Difusión del emprendimiento mediante redes sociales y medios de comunicación social.
- Inicio formal del proceso de capacitación a través de vinculación semi presencial.

Fase V. Evaluación y seguimiento del aprendizaje. Es el momento de examinar a los empresarios si los conocimientos y experiencias impartidas han sido asimiladas. Por lo que se les aplicará un cuestionario de preguntas y se les hará una visita insitu para evaluar la puesta en práctica de las competencias adquiridas para el mejoramiento de sus negocios.

Esta fase lleva consigo las siguientes actividades:

- Convocatoria a foro de discusión de temas aprendidos.
- Examen escrito presencial
- Seguimiento de las actividades que realizan los emprendedores por parte de los estudiantes seleccionados para el efecto.
- Acompañamiento en la gestión empresarial por parte de los estudiantes que realizan vinculación y prácticas preprofesionales.
- Refuerzo de competencias durante la ejecución de sus actividades.
- Organización de eventos para promocionar las PYMES objeto de aplicación de la propuesta.
- Establecimiento de redes de vinculación emprendimiento-sector productivo.
- Asesorías integrales vinculadas con el proceso de dinamización empresarial.
- Construcción de imágenes corporativas de las PYMES.

UTMACH-PYMES	
Capacitación y Gestión Empresarial como estrategia para el desarrollo de las PYMES del sector comercial del cantón Machala, provincia de El Oro.	
<p align="center">VISIÓN</p> <p>Liderar el fortalecimiento de los procesos emprendedores que contribuyan a alcanzar los objetivos de la filosofía del buen vivir.</p>	
<p align="center">MISIÓN</p> <p>UTMACH-PYMES es una unidad administrativa de vinculación con la comunidad y de prácticas pre-profesionales, que ofrece servicios de asesoría, capacitación y gestión empresarial a las pequeñas y medianas empresas, para lo que cuenta con docentes especialistas y estudiantes de alto rendimiento que utilizan la tecnología y las herramientas idóneas para fortalecer el proceso emprendedor de los empresarios de la provincia de El Oro.</p>	
<p align="center">PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017</p> <p>Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas; Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva</p>	
<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>✚ Fortalecer las capacidades de gestión de los empresarios de las PYMES del cantón Machala, a través de la articulación entre el sector empresarial orense y la Universidad Técnica de Machala.</p>	
<p>OBJETIVO ESPECIFICO 1</p> <p>✚ Capacitar a los empresarios de las PYMES de la provincia de El Oro que tienen dificultades en el proceso emprendedor.</p>	
<p>ESTRATEGIAS:</p> <p>✚ Identificación de las necesidades de capacitación mediante la Construcción de la línea base de los empresarios de las PYMES del cantón Machala.</p> <p>✚ Articulación de la UTMACH con gremios de empresarios, instituciones financieras público-privadas</p>	
<p>PROGRAMA:</p> <p>Fortalecimiento de las competencias empresariales de los emprendedores de las PYMES del cantón Machala</p>	<p>PROYECTOS:</p> <p>Cursos-Talleres:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de Ventas. -Plan financiero para la gerencia. -Investigación de mercado. - Atención al cliente
<p>GESTION DE LOS PROYECTOS:</p>	
<p>-Unidad Ejecutora: UTMACH-PYMES</p> <p>-Coordinación con Unidad de Educación Continua</p> <p>-Organización con los Coordinadores de las Carreras de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales.</p>	

UTMACH-PYMES	
Capacitación y Gestión Empresarial como estrategia para el desarrollo de las PYMES del sector comercial del cantón Machala, provincia de El Oro.	
<p align="center">VISIÓN</p> <p>Liderar el fortalecimiento de los procesos emprendedores que contribuyan a alcanzar los objetivos de la filosofía del buen vivir.</p>	
<p align="center">MISIÓN</p> <p>UTMACH-PYMES es una unidad administrativa de vinculación con la comunidad y de prácticas pre-profesionales, que ofrece servicios de asesoría, capacitación y gestión empresarial a las pequeñas y medianas empresas, para lo que cuenta con docentes especialistas y estudiantes de alto rendimiento que utilizan la tecnología y las herramientas idóneas para fortalecer el proceso emprendedor de los empresarios de la provincia de El Oro.</p>	
<p>PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017 Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas; Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva</p>	
<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>✚ Fortalecer las capacidades de gestión de los empresarios de las PYMES del cantón Machala, a través de la articulación entre el sector empresarial orense y la Universidad Técnica de Machala.</p>	
<p>OBJETIVO ESPECIFICO 2</p> <p>✚ Formar grupos semilleros de Emprendedores Noveles para que elaboren y presenten propuestas de negocios innovadores.</p>	
<p>ESTRATEGIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Promover la formación de clubes por carreras de la UTMACH para realizar concursos que permitan seleccionar los mejores planes de negocios con vistas a la búsqueda de financiamiento a través de inversores ángeles. ✚ Articulación de la UTMACH con instituciones financieras públicas y privadas. ✚ Constituir la red de emprendimiento desde la UTMACH con instituciones del Estado y organizaciones privadas con el objeto de propiciar la producción de bienes y servicios requeridos en el marco de las metas del Plan del Buen Vivir. 	
PROGRAMA:	PROYECTOS:
Semilleros Emprende	Utmach- -Instructivo para la Formación de clubes de semilleros Utmach-Emprende - Reglamento de concursos
GESTION DE LOS PROYECTOS:	<p>-Unidad Ejecutora: UTMACH-PYMES -Coordinación con Subdecanato y Coordinación Académica -Organización con los Coordinadores de las Carreras de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales.</p>

5.1.4.1. Beneficios de la propuesta:

La propuesta de intervención surge en función de la necesidad de potenciar el aparato productivo de la provincia de El Oro, mediante el desarrollo local que encuentra en el emprendimiento caminos para su materialización. En nuestro cantón Machala existe una gran cantidad de negocios que se han venido desarrollando, unos pocos con un crecimiento exitoso, otros que han crecido medianamente, así como también la mayoría que a duras penas subsisten, éstos últimos carentes de técnicas de afrontamiento del mercado financiero y de la competitividad de su entorno, lo condenan a mantenerse en la sombra y a ser subvalorados en su condición de prestadores de servicio o productores de insumos. De allí el interés de la propuesta.

Además, la propuesta que se presenta se enmarca en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, y su única finalidad es atender al sistema humano, que tienen como denominador común ser empresarios, emprendedores, caracterizados por su ímpetu, creatividad y sensibilidad social puesta al servicio de la satisfacción de requerimientos de la región y el país. Esta condición emprendedora se hace presente en múltiples ciudadanos con distintos estilos de vida; de allí que entre los beneficiarios del proyecto se encuentren los siguientes:

- Propietarios y/o administradores de pequeñas y medianas empresas del cantón Machala.
- Estudiantes universitarios, de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales.

La propuesta alcanza relevancia al privilegiar la participación popular en la construcción de alternativas de desarrollo empresarial con sentido social, dirigidas a reducir el desempleo y la informalidad. Desde el punto de vista estratégico, la propuesta se encuentra vinculada con el eje de desarrollo que representa la suprema felicidad social, al promover esquemas de justicia social, equidad y solidaridad entre ciudadanos e instituciones.

5.1.4.2. Costos de implementación de la propuesta

Partidas	Cantidad	Horas/mes	Costo Unit.	Fuente de Finan. UTMACH	Fuente de Financ. PYMES	Total
Personal docente	20	40	13,75	11000	0	11000
Equipos	5	0	700	3500	0	3500
Materiales y Suministros	3000	0	0	0	3000	3000
Servicios	1000	0	0	0	1000	1000
Viáticos y pasajes	10000	0	0	10000	0	10000
Total	0	0	0	24500	4000	28500

CONCLUSIONES

1. Luego de identificar que existe una relación entre los factores institucionales y el proceso emprendedor, corresponde identificar los principales factores institucionales y su relación en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro; estos son:

Factores formales

- Las leyes, que influyen en el acceso a recursos tecnológicos, las fuentes de financiamiento, la búsqueda de información y la motivación de los empresarios.
- Las instituciones de promoción y fomento, cuya incidencia abarca la búsqueda de información, la motivación del empresario, los factores de ingreso al mercado, las fuentes de financiamiento, el acceso a recursos humanos, tecnológicos y materiales.

Factores informales

- La actitud emprendedora, que se relaciona con el proceso emprendedor en sus elementos de inversión inicial, acceso a recursos financieros y tecnológicos. Este factor institucional también muestra una interacción con los factores de ingreso al mercado, las fuentes de financiamiento, las oportunidades de negocio, la motivación del empresario, sus competencias, el acceso a recursos materiales y humanos, la experiencia laboral y la demanda del mercado como tal.
- La formación del empresario, que influye en el acceso a recursos tecnológicos, y en menor medida presenta incidencia en la búsqueda de información, los factores de ingreso al mercado, el acceso a recursos

humanos y materiales, las fuentes de financiamiento y la experiencia laboral.

- Los años de experiencia en un negocio, que tienen una relación directa con la experiencia laboral obtenida por el empresario. Este factor se relaciona también con el acceso a recursos financieros, humanos y tecnológicos, las fuentes de financiamiento, la inversión inicial, las oportunidades de negocio y la búsqueda de información para el mismo.
- La situación económica atravesada, que influye en el acceso a recursos financieros y humanos, la motivación del empresario, la demanda potencial, las oportunidades de negocio, la búsqueda de información para el mismo, las fuentes de financiamiento y la experiencia laboral que tenga el empresario.

2. Relativo a determinar en qué nivel los factores formales influyen en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro, las conclusiones relevantes son:

- Se verifica que existe relación entre los factores formales, en el aspecto legal, y la etapa de gestación, en cuanto a motivación de los empresarios; con la etapa de puesta en marcha, en el acceso a recursos tecnológicos; y con la etapa de crecimiento inicial, en la búsqueda de información previa a iniciar el negocio y el acceso a fuentes de financiamiento para el mismo.
- Se evidencia que existe relación entre los factores formales, en cuanto a instituciones de promoción y fomento, y la etapa de gestación, referente a la búsqueda de información y la motivación de los empresarios; en la etapa de puesta en marcha, en el acceso a recursos humanos, tecnológicos y materiales; y con la etapa de crecimiento inicial, en los factores de ingreso al mercado y el acceso a fuentes de financiamiento.

3. Respecto al análisis de la manera en que los factores informales inciden en el proceso emprendedor de las PYMES del cantón Machala, provincia de El Oro, se pueden redactar las siguientes conclusiones:

- Existe relación entre los factores informales, como el de **actitud emprendedora**, y la **etapa de gestación**, como las oportunidades de negocio, la motivación del empresario y sus competencias; con la etapa de puesta en marcha, en el acceso a recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos, la experiencia laboral del empresario y la inversión inicial en el negocio; y con la etapa de crecimiento inicial, con los factores de ingreso al mercado, las fuentes de financiamiento, y la demanda del mercado.
- Se constata que existe relación entre los factores informales, como el de formación del empresario, y la etapa de gestación, en la búsqueda de información; con la etapa de puesta en marcha, en lo referente al acceso a recursos tecnológicos, humanos y materiales, y la experiencia laboral; y con la etapa de crecimiento inicial, en que tiene que ver con los factores de ingreso al mercado y las fuentes de financiamiento.
- Se verifica la relación entre los factores informales, como años de experiencia en un negocio, y la etapa de gestación, en las oportunidades de negocio avizoradas por el empresario y la búsqueda de información para el emprendimiento; con la etapa de puesta en marcha, en la experiencia laboral obtenida por el empresario, los recursos financieros, humanos y tecnológicos, y la inversión inicial; y con la etapa de crecimiento inicial, en lo relativo a las fuentes de financiamiento.
- También existe relación entre los factores informales, como el de situación económica atravesada, y la etapa de gestación, en las oportunidades de negocio, la búsqueda de información para el mismo y la motivación del empresario; con la etapa de puesta en marcha, en la experiencia laboral que tenga el empresario; y con la etapa de crecimiento inicial, como la demanda potencial y las fuentes de financiamiento para el negocio.

RECOMENDACIONES

1. Que la Universidad Técnica de Machala establezca un Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Cámara de Comercio para que se realice capacitación en gestión empresarial y seguimiento a las PYMES, a través de la Dirección de Vinculación con la Colectividad y Prácticas Pre profesionales y la Dirección de Educación continua, con la participación de docentes y estudiantes de alto rendimiento que necesiten realizar las prácticas pre profesionales y que estén cursando los últimos niveles de las carreras de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales.
2. Que la Cámara de Comercio de Machala realice eventos nacionales e internacionales con la finalidad de promocionar las PYMES y esto les permita ampliar sus mercados de comercialización de sus productos y servicios.
3. Que las políticas públicas de fomento al emprendimiento por parte del Gobierno, a través del Ministerio de Industrias y Productividad gestione recursos financieros para las pequeñas empresas que necesitan incrementar sus inversiones para mejorar sus utilidades.
4. Que la UTMACH, en el marco de la función institucional de vinculación con la comunidad, realice proyectos o planes de negocios que contribuyan a ampliar el radio de acción de las PYMES.
5. Que las Asociaciones de Comerciantes realicen actividades cooperativas para generar un fondo común que les permita utilizar los recursos económicos con un costo financiero simbólico.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilar, J. A. (2014). *Diario emprendedor*. Aguilar.
- Alberto Bucardo, María Saavedra y María Camarena . (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 98-107.
- Almodóvar González, M. (2016). Actividad emprendedora y crecimiento económico. España: Universidad de Extremadura.
- Anderson, A. (1999). Diccionario de Economía y Negocios. España: Espasa.
- Arnold-Cathalifaud, M. (2004). La construcción del conocimiento. Fundamentos epistemológicos del constructivismo sociopoiético. 271.
- Austin, J. (1955). Cómo hacer las cosas con palabras. Obtenido de Escuela de Filosofía Universidad ARCIS: https://www.u-cursos.cl/derecho/2011/1/D121A0103/5/material_docente/previsualizar?id_material=348420
- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson Educación.
- Bojica, A. M., Ruiz Arroyo , M., & Fuentes M. D. (2012). La adquisición de conocimiento a través de relaciones interorganizativas y la orientación emprendedora: el papel mediador del capital social de segundo orden. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 141–153.
- Bueno Sánchez, E. (Diciembre de 2003). La investigación científica: Teoría y metodología. Zacatecas, México: Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Ciencias Sociales.
- Bunge, M. (2002). *Epistemología*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Caballero, G. (2006). Instituciones e historia económica: enfoques y teorías institucionales. *Revista de Economía Institucional*, 135-157.
- Cámara Delgado, M. (2015). GPS-PYMES: Marco de Gestión de Proyectos para el desarrollo Seguro en PYMES. Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid.

- Cancino, C., Coronado, F., & Farias, A. (2012). Antecedentes y resultados de emprendimientos dinámicos en Chile: cinco casos de éxito. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19-32.
- Cantillon, R. (2005). *Entrepreneur. El Empresario. 2da. edición*.
- Cohen y Baralla. (2012). La situación de la PYMES en América Latina. *leralpyme ORG*, 3-5. Obtenido de <http://copal.org.ar/wp-content/uploads/2015/06/peal.pdf>
- Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C., & Conde Cardona, y. A. (2011). Formación en Emprendimiento en Estudiantes de la Carrera De Administración De Empresas En La Universidad Pública De Popayan. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 40-51.
- Daros, W. (1998). Introducción a la Epistemología Popperiana. Rosario, Argentina: Cerider. Obtenido de <http://www.ucel.edu.ar/upload/libros/DAROS7.pdf>
- Díaz Casero, Hernández Mogollón y Urbano Pulido. (2002). Teoría Económica Institucionaria y Creación De Emresas. 1.
- Donoso, E. S. (2011). Emprendimiento como Fenómeno Complejo. Sistemas de Capacitación Emprendedora, SISCAPEM, Emprededorismo.
- Ecosistema Emprendedor. (2013). Más allá del Business Plan. México: LID Editorial.
- Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 468–485.
- Escamilla Salazar Zugaide , Caldera González Diana del Consuelo y Ortega Carrillo Miguel Agustín. (3, 4 y 5 de Octubre de 2012). Porqué las mujeres potencialmente emprendedoras se convierten en empresarias. *XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática* (págs. 1-18). México: ANFECA.
- Expansión. (2012). *20 principios para emprender con éxito*. Bubok Publishing.
- Fairlie, E. (2012). El valor de la marca como estrategia para incrementar la capacidad emprendedora en estudiantes de Universidades Nacionales del área de Ciencias Empresariales. Lima, Perú.
- Fernández Esquinas, M., & Ruiz Ruiz, J. (2006). *Los jóvenes y la creación de empresas: actitudes y comportamientos emprendedores en la juventud andaluza*. Madrid: CSIC Press.

- Fontaines Ruíz, Palomo De Rivero, Velásquez. (2015). Resiliencia como componente de la actitud emprendedora de los jóvenes universitarios. (Spanish). *Revista de educación y desarrollo social*.
- Fontaines-Ruiz, T., Palomo de Rivero, M., Velasquez, M. V., & Aguirre Benalcázar, M. (2016). Actitud emprendedora: ¿Qué es? ¿De qué se compone? *Ciencias Sociales*, 2(3), 19 - 36.
- Frankenberg, G. (2011). Teoría Crítica. *Revista sobre Enseñanza Del Derecho*, 67-84.
- Freire, A. (Abril de 2004). *Pasión por Emprender*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar.
- Gañan de Molina, C. (13 de Abril de 2016). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410215/>
- García Ramírez, R. (16 de Enero de 2015). Tesis doctoral: La vinculación de la orientación emprendedora y la orientación al mercado en el resultado de la PYME de Aguascalientes. Universidad Autónoma de Aguas Calientes.
- Genescá, E., Urbano , D., Guallarte, C., Vergés, J., & Capelleras, J. L. (2003). *Creación de empresas Entrepreneurship*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ghatak, S. (2010). Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in India. *Legal Pundits.*, 15-17. Obtenido de http://www.legalpundits.com/Content_folder/SMEArti150610.pdf
- Giordano Martínez, K. (03 de Noviembre de 2015). Influencia de las incubadoras de empresas universitarias en el proceso emprendedor : una aplicación para el Tecnológico de Monterrey. Santander, México: Universidad de Cantabria.
- Grueso Hinestroza, M. P., Gómez Cardona, J. H., & Garay Quintero, L. (2011). Business networks and innovation: the case of a network in the cosmetic industry in Bogotá (Colombia). *Estudios Gerenciales*, 189-203.
- Gutiérrez Montoya, G. (Junio de 2012). El fenómeno del emprendedurismo en el Salvador: análisis comparativo con países GEM. (3), *Revista Retos*,

- 17-36. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.
- Hernández; Fernández; Baptista. (2010). Metodología de la investigación. 151.
- Iborra Juan, M., Dasi Coscollar, A., Dolz Dolz, C., & Ferrer Ortega, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Madrid: Paraninfo.
- Inec, N. (12 de Febrero de 2014). Inec y Senplades presentan el Directorio de Empresas. Ecuador.
- Japan,S.i.(2010).
http://www.economistinsights.com/sites/default/files/EIU_Microsoft_JapanSMEs_FINAL-WEB.pdf. *Economist Intelligence Unit*, 3-5.
- Kantis Hugo, Angelelli Pablo y Gatto Francisco . (2012). Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia?. Explorando el caso argentino. Buenos Aires, Argentina.
- Kantis, H., & Drucaroff, S. (2011). *Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas*. Buenos Aires: Granica.
- Leiva, J. C., Alegre, J., & Monge, R. (2014). Los emprendedores surgidos de las empresas multinacionales de inversión extranjera directa: un estudio exploratorio en Costa Rica. *Estudios Gerenciales*, 124–133.
- Loli, A., Del Carpio, J., & Vergara, A. (2012). Actitudes de emprendimiento, necesidad de logro y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes. Lima, Perú: Revista IIPSI UNMSM Facultad De Psicología.
- Mancilla Claudio, Amorós Ernesto. (2011). La influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento: evidencia en Chile 2007-2010. *Encuentro Nacional de Facultades de Administración y Economía* . Chile.
- Maraboto Quepons, J. M. (11 de Diciembre de 2015). Estudio de los factores individuales e institucionales que influyen en el proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades en el emprendimiento social híbrido. Cantabria, España: Universidad de Cantabria.
- Martín, D. (2008). *Éxito para emprendedores*. Valencia: Edicionesi.

- Meghana Ayyagari, A. D.-K. (2011). Small vs. Young Firms across the World. *Policy Research Working Paper*, 1-43.
- Mejía, E. M. (2005). *Técnicas e instrumentos de investigación*. pág. 57. Lima: Universidad Nacional Mayor San Marcos.
- North, D. (1994). Economic performance through time. *The American Economic Review*, 359-368.
- Olmos, J. (2007). *Tu Potencial Emprendedor*. México: Pearson Educación.
- Padrón, J. (Enero de 2007). Tendencias epistemológicas dela investigación científica en el siglo XXI. *Revista de Epistemologíade Ciencias Sociales*, 1-32. Obtenido de <http://www.revistas.uchile.cl/index.php/CDM/article/viewFile/25930/27243>
- Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y las PYMES en México (2000-2009)* . Santiago de Chile: CEPAL.
- Pérez Blanco, L. (01 de Enero de 2016). Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de prendimiento universitario. Valencia: Universitat Politècnica de València.
- Pisani, F. (2016). *Creadores de futuro: de la innovación en el mundo*. Madrid: Unigraf S.L.
- Prats, J. (2001). Gobernabilidad democrática para el desarrollo humano. Marco conceptual y analítico. *Revista Instituciones y Desarrollo*.
- Prats, J. (2004). *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales: Bibliografía y orientaciones metodológicas*. Barcelona: Departament de Didáctica de les Ciències Socials.
- Quartey, P. (2015). Issues in SME Development in Ghana and South Africa. *International Research Journal of Finance and Economics*, 6-8.
- Ramos Ruiz, J. L., Moreno Coello, J., & Gómez Núñez, L. (2012). *Incubadoras de empresas en Colombia: balance y recomendaciones de políticas*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Rodríguez González, R. (2010). *Territorio. Ordenar para competir*. La Coruña: Netbiblo.
- Román Castillo, R. E., & Smida, A. (2009). The role of an entrepreneur's social capital in the successful expansion of a start-up. The case of Hipertexto Ltda. – “La Librería de la U”. *Estudios Gerenciales*, 15-36.

- Rossana Cacivio; Roberto Ringuelet. (2012). Empresarialidad y desarrollo local en la región rural periurbana de La Plata. *Mundo Agrario*, vol. 12, nº 24, primer semestre de 2012. ISSN 1515-5994.
- Rusque, A. M. (2005). Capacidad Emprendedora y capital social. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 189-202.
- SENPLADES, S. N. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Quito.
- Somarriba Sandoval, F. L. (2015). Actividad emprendedora en el desarrollo económico local: evidencias para el caso de Nicaragua y municipio de León, 2000-2013. Nicaragua: Universidad de Alcalá.
- Suárez Sánchez-Ocaña, A. (2011). *Ha llegado la hora de montar tu empresa* (4ta ed.). Barcelona: Deusto.
- Tamayo Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación Científica*. México: Editores Taxis Flores, M., Ramírez Urquidy, M., & Aguilar Barceló, J. (2016). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia.
- Toro Jaramillo, I. D., & Parra Ramírez, R. D. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación : investigación*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Urbano David y Toledano Nuria. (2007). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona, Barcelona: UOC.
- Urbano, D. (2006). *La creación de empresas en Catalunya: organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*. Barcelona: CIDEM.
- Valdés Díaz de Villegas, J. A., & Sánchez Soto, G. A. (2012). Las miPYMES en el contexto mundial: Sus particularidades en México. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 126-156.
- Vázquez Villalpando, J. A. (2014). Creación de empresas en torno a las universidades por los ex alumnos de las mismas: un análisis del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). universitat Ramon Llull.
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Barcelona: la Caixa.

- Veiga, L. (2012). La actividad intraemprendedora a nivel mundial. Los resultados del GEM. *Revista de Negocios del IEEM*, Pág.38.
- Viego, V. (2004). Empresarialidad e instituciones: dos nuevas perspectivas del análisis regional contemporáneo. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 41-63.
- Viteri Guillen, J. S., & Kantis , H. (23 de Noviembre de 2010). Empresarialidad en Ecuador, estudio de los factores determinantes en base al proceso emprendedor. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Vos Saz , A. (Octubre de 2013). Creación, Crecimiento y Expansión Internacional de las nuevas empresas: Influencia del Emprendedor y del equipo de emprendedores. España: Universidad Carlos III de Madrid.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

D.L. NO. 69-04 DE 14 DE ABRIL DE 1969

Calidad, Pertinencia y Calidez

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

SECCIÓN/CARRERA:

Machala, 16 de junio de 2016

Doctora
GISELLE QUINTERO, PhD
Presente.-

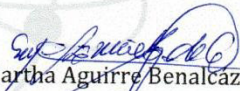
De mis consideraciones.-

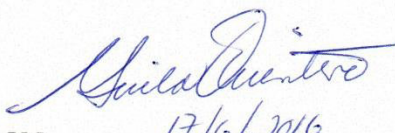
Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de éxitos en sus altas funciones; al mismo tiempo respetuosamente solicito a usted se digne emitir su opinión como Experta Informante en la validación de los instrumentos de recolección de datos de las encuestas de la tesis doctoral cuyo tema es "Factores institucionales que inciden en el proceso emprendedor de las pymes del cantón Machala, El Oro", para lo cual anexo a la presente los siguientes documentos:

4. Matriz de Consistencia con operacionalización de las variables.
5. Instrumento de recolección de datos (encuesta)
6. Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso mis sinceros agradecimientos.

Atentamente


Martha Aguirre Benalcázar
DOCENTE TITULAR - UACE - UTMACH
CANDIDATA A DOCTORA
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS


17/6/2016

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: *Quintero Chavón Guila Consuelo*
 1.2 Cargo e Institución donde labora: *Docente - Universidad Nacional de Educación*
 1.3 Título de la investigación: *Factores institucionales que inciden en el proceso...*
 1.4 Nombre del instrumento: *Cuestionario sobre factores institucionales...*
 1.5 Autor del Instrumento: *Monte Aguirre*

Alumno de

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100%

Lugar y fecha:

Guila Chavón Quintero

Firma del Experto Informante.

DNI. N° *0151413354*. Teléfono N° *098 4070 091*



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

D.L. NO. 69-04 DE 14 DE ABRIL DE 1969

Calidad, Pertinencia y Calidez

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

SECCIÓN/CARRERA:

Machala, 16 de junio de 2016

Doctora
ANA DELIA BARRERA, PhD
Presente.-

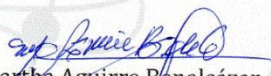
De mis consideraciones.-

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de éxitos en sus altas funciones; al mismo tiempo respetuosamente solicito a usted se digne emitir su opinión como Experta Informante en la validación de los instrumentos de recolección de datos de las encuestas de la tesis doctoral cuyo tema es "Factores institucionales que inciden en el proceso emprendedor de las pymes del cantón Machala, El Oro", para lo cual anexo a la presente los siguientes documentos:

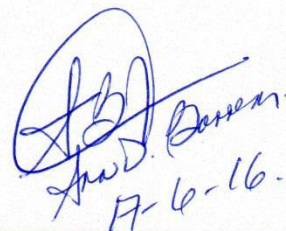
7. Matriz de Consistencia con operacionalización de las variables.
8. Instrumento de recolección de datos (encuesta)
9. Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso mis sinceros agradecimientos.

Atentamente


Martha Aguirre Benalcázar
DOCENTE TITULAR - UACE - UTMACH
CANDIDATA A DOCTORA
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Dir. Av. Panamericana km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje Telf: 2983362 - 2983365 - 2983363 - 2983364


Ana D. Barrera
17-6-16.

www.utmachala.edu.ec

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: *Ana D. Barrera Trimeney*
 1.2 Cargo e Institución donde labora: *Profesor - Investigador de la Univ. Nacional de Educ.*
 1.3 Título de la investigación: *Factores institucionales que influyen en el proceso emprendedor de los jóvenes del contexto de Achala, El Oro*
 1.4 Nombre del instrumento: *Cuestionario sobre factores institucionales que influyen en ...*
 1.5 Autor del Instrumento: *Marta Aguirre Benítez*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100 %

Lugar y fecha:

Achala, 18 de junio / 2014

Firma del Experto Informante.

DNI. N° *0151367012* Teléfono N° *0955761027*



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

D.L. NO. 69-04 DE 14 DE ABRIL DE 1969

Calidad, Pertinencia y Calidez

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

SECCIÓN/CARRERA:

Machala, 16 de junio de 2016

Señor Doctor
CARLOS DÍAZ LLORCA, PhD
Presente.-

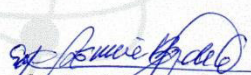
De mis consideraciones.-

Reciba un cordial saludo y los mejores deseos de éxitos en sus altas funciones; al mismo tiempo respetuosamente solicito a usted se digne emitir su opinión como Experto Informante en la validación de los instrumentos de recolección de datos de las encuestas de la tesis doctoral cuyo tema es "Factores institucionales que inciden en el proceso emprendedor de las pymes del cantón Machala, El Oro", para lo cual anexo a la presente los siguientes documentos:

1. Matriz de Consistencia con operacionalización de las variables.
2. Instrumento de recolección de datos (encuesta)
3. Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso mis sinceros agradecimientos.

Atentamente


Martha Aguirre Benalcázar
DOCENTE TITULAR - UACE - UTMACH
CANDIDATA A DOCTORA
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Recibido
17-06-2016

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: *Suárez Flores, Carlos Benigno*
 1.2 Cargo e Institución donde labora: *UNACH Socio Investigador*
 1.3 Título de la investigación: *Factores institucionales que inciden en el proceso curricular de los planes del Cautin Machala, El Oro*
 1.4 Nombre del instrumento: *Cuestionario*
 1.5 Autor del Instrumento: *Martha Cecilia Aguirre Benalcazar*
 Alumno de *Doctorado en Administración de Empresas*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

84 %

Lugar y fecha: *Machala, 18 de junio/2016*

Firma del Experto Informante.

DNI. N° Teléfono N° *7.593.99.255 1207*

Responde H002577

Anexo No. 02A: Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: FAIRLIE FRISANCHO EBO
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DOCENTE INVESTIGADOR - UNMSM
 1.3 Título de la investigación: FACTORES INSTITUCIONALES QUE INCIDEN EN EL PROCESO.
 1.4 Nombre del instrumento: ENCUESTA A EMPRESARIOS
 1.5 Autor del Instrumento: MARTHA CECILIA AGUIRRE BENALCÁZAR
 Alumno de DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					95%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					85%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					95%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					95%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					90%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					95%
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					95%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92 %

Lugar y fecha:

Lima, 7/07/2016

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 09434910 Teléfono N° 965965196

Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: *ESPINOZA ALTAMIRANO MANUEL FOR*
 1.2 Cargo e Institución donde labora: *DOCENTE U.P.G. - FCA UNMSM*
 1.3 Título de la investigación:
 1.4 Nombre del instrumento: *CUESTIONARIO*
 1.5 Autor del Instrumento: *Martha Aguirre Benalcázar*
 Alumno de

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80 %

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 02 de junio del año 2016.

Firma del Experto Informante.
 DNI. N° 25511133 Teléfono N° 997354522

Ficha del Informe de opinión de expertos

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Informante: *Giancarlo Magaña, Mauro Amador*
 1.2 Cargo e Institución donde labora: *Docente UPG-FCA*
 1.3 Título de la investigación:
 1.4 Nombre del instrumento: *CUESTIONARIO*
 1.5 Autor del Instrumento: *Martha Aguirre Benalcázar*
 Alumno de.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					90%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación					90%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.					90%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					90%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90%
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					90%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 (...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90 %

Lugar y fecha: Ciudad de Lima, 01 de junio del año 2016.

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 06441665. Teléfono N° 951692134

CUESTIONARIO SOBRE FACTORES INSTITUCIONALES QUE INCIDEN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LAS PYMES DEL CANTÓN MACHALA, EL ORO.

La información que usted emita en el presente cuestionario será utilizada estrictamente para el desarrollo de la investigación. Agradeceré a usted, de manera anónima, el llenado de la presente encuesta.

Marcar con aspa (X)

Edad. ... Género, M () F () Nivel de instrucción: Bachillerato, Pre grado () Maestría () Doctorado ()

Respuesta. Marcar con aspa (X) en el recuadro.

ÍTEMS	Respuesta: Marcar con aspa (X) en el recuadro de su respuesta				
	1 Totalmente de acuerdo	2 De acuerdo	3 Indiferente	4 En desacuerdo	5 Totalmente en desacuerdo
1. ¿Considera Ud. que las leyes son un factor que contribuye al desarrollo de una empresa?					
2. ¿Cree Ud. que las acciones de gobierno son un factor que fomenta el desarrollo de una empresa?					
3. ¿Considera Ud. que las instituciones de promoción y fomento impulsan el desarrollo de una empresa?					
4. ¿Cree Ud. que la actitud emprendedora es un factor que impulsa el desarrollo de una empresa?					
5. ¿Cree Ud. que la formación académica es un factor favorable para el desarrollo de una empresa?					
6. ¿Cree Ud. que los años de experiencia contribuyen al desarrollo de una empresa?					
7. ¿Cree Ud. que la situación económica es un factor que permite el desarrollo de una empresa?					
8. ¿Considera Ud. que la motivación acelera el proceso emprendedor de una empresa?					
9. ¿Cree Ud. que las competencias o habilidades y destrezas inducen a optimizar el proceso emprendedor de una empresa?					
10. ¿Considera Ud. que las oportunidades de negocio influyen en el proceso emprendedor de una empresa?					
11. ¿Piensa Ud. que la búsqueda de información es de aporte esencial en el proceso emprendedor de una empresa?					
12. ¿Cree Ud. que la inversión inicial es indispensable en el proceso emprendedor de una empresa?					

13. ¿Cree Ud. que el acceso a recursos humanos facilita el proceso emprendedor de una empresa?					
14. ¿Cree Ud. que la disponibilidad de recursos materiales viabiliza el proceso emprendedor de una empresa?					
15. ¿Cree Ud. que el acceso a recursos tecnológicos agiliza el proceso emprendedor de una empresa?					
16. ¿Cree Ud. que el acceso a recursos financieros impulsa el proceso emprendedor de una empresa?					
17. ¿Considera Ud. que la experiencia laboral promueve el desarrollo de una empresa?					
18. ¿Piensa Ud. que los factores de ingreso al mercado como la competencia, fomentan la generación de estrategias que impulsen el crecimiento del negocio?					
19. ¿Cree Ud. que la existencia de demanda o clientes acelera el crecimiento del negocio?					
20. ¿Cree Ud. que la existencia de fuentes de financiamiento contribuye al desarrollo del proceso emprendedor?					

Fecha: _____

Encuestador(a): _____